

Pemberdayaan Pemandu Lokal melalui Edukasi Storytelling Budaya Sunda pada Kampoeng Wisata Cinangneng Kabupaten Bogor

Samdar Rery^{1*)}, Prameswari Handayani², Rostini Anwar³

Sekolah Pascasarjana, IPB University, Bogor, Indonesia

Penulis Korespondensi: sam_rery@apps.ipb.ac.id

Riwayat Artikel: Diterima 29 Mei 2026 | Direvisi 27 Juni 2026 | Disetujui 27 Juni 2026

Abstract

Kampoeng Wisata Cinangneng is an educational tourism destination based on Sundanese culture and agrotourism, with strong potential as a learning space for culture, environment, and rural life. However, this potential has not been fully supported by the ability of local guides to transform tourism activities into systematic, engaging, and consistent educational narratives. This community service program aimed to enhance the capacity of local guides in developing and delivering Sundanese cultural storytelling as a strategy to strengthen educational tourism services. The program was implemented through initial observation, partner coordination, education, narrative development training, guiding practice, mentoring, and evaluation. Data were collected through observation, interviews, documentation, pre-test, and post-test. The results showed an improvement in participants' understanding of the function of storytelling in tour guiding, their ability to identify Sundanese cultural values in tourism activities, and their skills in developing simple narratives consisting of an opening, content, cultural values, and closing. Participants also began to use more interactive communication techniques through intonation, expression, gestures, and prompting questions. This program strengthened the role of local guides as cultural communicators and actors in community-based tourism empowerment.

Keywords: local guides; cultural storytelling; educational tourism; Kampoeng Cinangneng; Bogor tourism

Abstrak

Kampoeng Wisata Cinangneng merupakan destinasi wisata edukatif berbasis budaya Sunda dan agrowisata yang memiliki potensi kuat sebagai ruang pembelajaran budaya, lingkungan, dan kehidupan pedesaan. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan pemandu lokal dalam mengemas aktivitas wisata menjadi narasi edukatif yang sistematis, menarik, dan konsisten. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pemandu lokal dalam menyusun dan menyampaikan story telling budaya Sunda sebagai strategi penguatan layanan wisata edukatif. Metode kegiatan dilakukan melalui observasi awal, koordinasi mitra, edukasi, pelatihan penyusunan narasi, praktik pemanduan, pendampingan, serta evaluasi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, pre-test, dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang fungsi storytelling dalam pemanduan wisata, kemampuan mengidentifikasi nilai budaya Sunda dalam aktivitas wisata, serta keterampilan menyusun narasi sederhana dengan alur pembuka, isi, nilai budaya, dan penutup. Peserta juga mulai menggunakan teknik komunikasi yang lebih interaktif melalui intonasi, ekspresi, gestur, dan pertanyaan pemantik. Kegiatan ini memperkuat peran pemandu lokal sebagai komunikator budaya dan pelaku pemberdayaan wisata berbasis komunitas.

Kata Kunci: pemandu lokal; storytelling budaya; wisata edukasi; Kampoeng Cinangneng; wisata Bogor

doi: <https://doi.org/10.33751/lokabhakti.v2i1.45>

Corresponding Author: Samdar Rery; Email: sam_rery@apps.ipb.ac.id; IPB University

©2026 The Author(s). Published with license by Loka Bhakti: Jurnal Pengabdian Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

This is an open access article is currently licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License



PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis komunitas semakin penting dalam agenda pembangunan karena sektor wisata tidak hanya diposisikan sebagai penggerak kunjungan, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan ekonomi, pelestarian budaya, dan penguatan kapasitas masyarakat lokal (Rery et al., 2026). Dalam konteks desa wisata, masyarakat ditempatkan sebagai aktor utama yang memiliki pengetahuan lokal, mengelola atraksi, menjaga identitas budaya, dan memperoleh manfaat langsung dari aktivitas ekonomi wisata (Hariyadi et al., 2024). Pendekatan ini sejalan dengan arah pengembangan desa wisata berkelanjutan yang menekankan nilai komunitas, keberlanjutan ekonomi, pelestarian budaya, dan keterlibatan warga dalam tata kelola destinasi (Da Lopez et al., 2024). Di Indonesia, desa wisata juga dipahami sebagai program akar rumput yang berperan dalam memperkuat pariwisata hijau, memperluas partisipasi masyarakat, dan menghubungkan potensi lokal dengan agenda pembangunan daerah (Apit Buchori et al., 2023; Rery et al., 2024).

Pentingnya pengabdian kepada masyarakat pada sektor wisata muncul karena banyak destinasi lokal memiliki potensi budaya dan alam yang kuat, tetapi belum seluruhnya didukung oleh kapasitas sumber daya manusia yang memadai dalam mengelola pengalaman wisata secara edukatif (Rery et al., 2025; Wahyuningtyas et al., 2024). Pengabdian berbasis edukasi menjadi relevan karena masyarakat tidak cukup hanya dilibatkan sebagai tenaga pendukung, tetapi perlu diperkuat sebagai komunikator budaya, pengelola layanan, dan pelaku promosi yang mampu menjelaskan nilai lokal kepada wisatawan (Indriani et al., 2025). Dalam wisata budaya dan agrowisata, pengalaman wisatawan sangat ditentukan oleh kemampuan komunitas dalam mengubah aktivitas sehari-hari, praktik pertanian, kesenian, kuliner, dan tradisi lokal menjadi pengalaman belajar yang mudah dipahami dan berkesan (Cahyani et al., 2023; Jaya et al., 2025). Oleh karena itu, program edukasi wisata budaya dan agrowisata berbasis komunitas penting dirancang sebagai upaya pemberdayaan yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kesadaran masyarakat terhadap nilai budaya yang mereka miliki (Pudjiastuti et al., 2025).

Kampoeng Wisata Cinangneng Kabupaten Bogor merupakan mitra yang memiliki potensi kuat sebagai destinasi wisata edukatif berbasis budaya Sunda dan agrowisata karena menawarkan suasana pedesaan, aktivitas agraris, kesenian tradisional, permainan lokal, dan interaksi langsung dengan kehidupan masyarakat desa (Saputra & Samudra, 2025). Destinasi ini memiliki karakter yang berbeda dari objek wisata massal karena pengalaman wisata dibangun melalui aktivitas partisipatif, seperti menanam padi, mengenal kehidupan kampung, memainkan alat musik tradisional, mengecat capping, membuat boneka daun, serta mengikuti kegiatan budaya yang dekat dengan kehidupan masyarakat Sunda (Arwan, 2023). Keberadaan masyarakat lokal menjadi unsur penting karena kegiatan wisata di Kampoeng Wisata Cinangneng tidak dapat dilepaskan dari peran warga sebagai pengelola, pemandu, penyedia layanan, dan penjaga suasana desa (Dwiyantri & Purnaningsih, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mitra memiliki modal sosial, modal budaya, dan potensi ekonomi yang dapat dikembangkan melalui program edukasi dan pemberdayaan yang terarah (Thantawi et al., 2023).

Kondisi mitra juga menunjukkan bahwa Kampoeng Wisata Cinangneng telah memiliki daya tarik yang kuat, tetapi masih membutuhkan penguatan dalam aspek komunikasi edukatif, interpretasi budaya, dan pengemasan pengalaman agrowisata (Suyasa & Anggratyas, 2025).



Aktivitas wisata yang berlangsung di dalam destinasi memiliki nilai edukasi yang besar, tetapi nilai tersebut berisiko tidak tersampaikan secara optimal apabila masyarakat lokal belum memiliki kemampuan menyusun pesan, menjelaskan makna budaya, dan mengaitkan aktivitas wisata dengan identitas Sunda secara sistematis (Cahyani et al., 2023). Studi tentang pengorganisasian komunitas di Kampung Wisata Cinangneng menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata telah berjalan, tetapi proses pemetaan isu, perencanaan tindakan bersama, dan partisipasi dalam pengambilan keputusan masih memerlukan penguatan (Dwiyantri & Purnaningsih, 2022). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pemberdayaan tidak cukup diarahkan pada peningkatan jumlah kunjungan, tetapi harus menyentuh peningkatan kapasitas komunitas dalam merancang, menyampaikan, dan mengevaluasi layanan wisata berbasis pengetahuan lokal (Faiz Bilmukharom & Hariyanto, 2023).

Masalah utama yang dihadapi mitra adalah belum optimalnya kapasitas masyarakat lokal dalam mengemas potensi budaya dan agrowisata menjadi materi edukasi wisata yang komunikatif, konsisten, dan bernilai pemberdayaan (Wahyuningtyas et al., 2024). Sebagian pengetahuan tentang budaya Sunda, aktivitas pertanian, tradisi desa, dan nilai kehidupan lokal masih disampaikan secara lisan, spontan, dan bergantung pada pengalaman masing-masing pemandu atau pelaku wisata (Aripardono, 2020; Bisel, 2010). Kondisi ini dapat menyebabkan pesan budaya yang diterima wisatawan menjadi tidak seragam, kurang mendalam, dan lebih banyak dipahami sebagai hiburan daripada sebagai proses pembelajaran tentang identitas lokal (Cahyani et al., 2023). Selain itu, tantangan pemulihan pariwisata pasca pandemi juga menuntut destinasi untuk membangun kembali kepercayaan wisatawan melalui komunikasi layanan yang aman, informatif, dan mampu menunjukkan kesiapan pengelola dalam menghadirkan pengalaman wisata berkualitas (Risdiyati & Siska, 2021).

Permasalahan lain berkaitan dengan kebutuhan integrasi antara potensi lingkungan, budaya, dan pengalaman wisata agar agrowisata tidak hanya dipahami sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai edukasi tentang relasi masyarakat desa dengan alam (Centeno, 2024; Sulistiani et al., 2024). Kampoeng Wisata Cinangneng memiliki elemen lanskap berupa sawah, sungai, ruang terbuka, jembatan, area aktivitas budaya, dan ruang interaksi yang dapat menjadi media pembelajaran apabila dikelola melalui narasi edukatif yang tepat (Pudjiastuti et al., 2025). Data lingkungan tentang Sungai Cinangneng menunjukkan bahwa kawasan ini juga memiliki karakter suara alam yang khas, sehingga pengalaman wisata perlu mempertimbangkan kenyamanan, keamanan, dan pengelolaan ruang berbasis kondisi fisik lingkungan. Potensi tersebut belum sepenuhnya menjadi bagian dari materi edukasi wisata yang terstruktur, padahal wisata berbasis lanskap budaya membutuhkan kemampuan komunitas dalam menafsirkan ruang, aktivitas, dan lingkungan sebagai satu kesatuan pengalaman (Candy et al., 2020; Sidik & Mulyaningsih, 2021).

Kesenjangan utama terletak pada jarak antara kondisi ideal desa wisata berbasis komunitas dan kondisi lapangan yang masih membutuhkan penguatan kapasitas edukatif masyarakat lokal (Mira Anggie Trisnawati, 2021). Secara ideal, desa wisata budaya dan agrowisata perlu memiliki masyarakat yang mampu menjadi interpreter budaya, menyusun narasi pengalaman, menerapkan standar layanan, memanfaatkan media promosi, dan menjaga keberlanjutan nilai lokal. Namun, kondisi lapangan menunjukkan bahwa penguatan identitas visual, konsistensi informasi, pemanfaatan media promosi, serta kemampuan menyampaikan cerita wisata masih menjadi



kebutuhan yang relevan bagi Kampoeng Wisata Cinangneng. Kesenjangan ini juga tampak pada aspek pemberdayaan karena masyarakat telah terlibat dalam operasional wisata, tetapi belum seluruhnya memiliki ruang dan keterampilan yang sama untuk mengelola pengetahuan lokal sebagai aset edukatif destinasi ([Dwiyanti & Purnaningsih, 2022](#); [Priambodo, 2022](#)).

Solusi program yang ditawarkan adalah edukasi wisata budaya dan agrowisata berbasis komunitas untuk memperkuat kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola, menjelaskan, dan mempromosikan pengalaman wisata Kampoeng Wisata Cinangneng secara edukatif ([Ayyada Jannati Syifa et al., 2020](#)). Program ini dirancang melalui pelatihan dan pendampingan yang mencakup pemetaan potensi budaya dan agrowisata, penyusunan narasi wisata, penguatan teknik komunikasi pemanduan, penyusunan materi edukasi sederhana, serta praktik penyampaian informasi kepada wisatawan ([Abarca, 2021](#); [Wahyuningtyas et al., 2024](#)). Pendekatan storytelling digunakan karena cerita mampu menghubungkan aktivitas wisata dengan nilai budaya, membangun kedekatan emosional, dan membuat wisatawan memahami makna di balik pengalaman yang mereka ikuti ([Asghary, 2020](#)). Pendampingan juga diarahkan pada penguatan media promosi sederhana agar masyarakat tidak hanya mampu melayani wisatawan di lokasi, tetapi juga mampu menyampaikan citra destinasi melalui pesan digital yang lebih konsisten ([Ginting et al., 2025](#)).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat lokal Kampoeng Wisata Cinangneng dalam mengelola edukasi wisata budaya dan agrowisata secara partisipatif, komunikatif, dan berkelanjutan ([Adi et al., 2026](#)). Secara khusus, kegiatan ini bertujuan membantu mitra mengidentifikasi nilai budaya Sunda dan potensi agrowisata yang dapat dijadikan materi edukasi wisata, menyusun narasi sederhana untuk aktivitas wisata, meningkatkan keterampilan komunikasi layanan, serta memperkuat peran masyarakat sebagai pelaku utama destinasi ([Satriani & Cahyaningrum, 2022](#)). Program ini diharapkan menghasilkan luaran berupa modul edukasi wisata, panduan narasi pemanduan, contoh konten promosi, dan rancangan alur layanan edukatif yang dapat digunakan oleh pengelola dan masyarakat lokal ([Wahyuningtyas et al., 2024](#)). Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya diarahkan untuk memperbaiki kualitas layanan wisata, tetapi juga untuk memperkuat pemberdayaan masyarakat lokal sebagai penjaga budaya, pengelola pengalaman, dan penerima manfaat ekonomi dari pengembangan Kampoeng Wisata Cinangneng ([Rery et al., 2023](#)).

METODE

Sasaran

Sasaran kegiatan ini adalah pengelola, pemandu lokal, dan masyarakat pendukung layanan wisata di Kampoeng Wisata Cinangneng, Kabupaten Bogor. Pemandu lokal dipilih sebagai sasaran utama karena berinteraksi langsung dengan wisatawan, menjelaskan aktivitas, dan membangun citra destinasi. Kegiatan ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas mitra dalam edukasi wisata, komunikasi pemanduan, storytelling budaya Sunda, serta pemanfaatan media promosi sederhana.

Inovasi yang Digunakan

Inovasi yang digunakan dalam kegiatan ini adalah edukasi storytelling budaya Sunda sebagai strategi penguatan layanan wisata edukatif berbasis komunitas. Storytelling dipilih karena



kegiatan wisata di Kampoeng Wisata Cinangneng memiliki banyak aktivitas bernilai budaya, seperti penyambutan wisatawan, pengenalan kehidupan kampung, aktivitas pertanian, permainan tradisional, kesenian lokal, kuliner, dan interaksi sosial masyarakat desa. Aktivitas tersebut tidak cukup hanya dijelaskan sebagai rangkaian kegiatan rekreatif, tetapi perlu dikemas menjadi narasi yang memuat alur, konteks, nilai budaya, dan pesan edukatif. Melalui storytelling, pemandu lokal dapat menghubungkan pengalaman wisatawan dengan nilai someah hade ka semah, gotong royong, kehidupan agraris, keselarasan manusia dengan alam, serta kearifan lokal masyarakat Sunda. Inovasi ini juga diarahkan untuk mengatasi masalah ketidakseragaman informasi antar pemandu, lemahnya interpretasi budaya, dan belum optimalnya pemanfaatan cerita lokal sebagai daya tarik wisata edukatif.

Metode Penerapan Inovasi

Metode penerapan inovasi dilakukan melalui tujuh tahapan terstruktur sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Tahapan Metode Penerapan Inovasi Storytelling Budaya Sunda

No	Tahapan Kegiatan	Bentuk Pelaksanaan	Target Capaian
1	Observasi awal	Tim pelaksana memetakan kondisi destinasi, alur kunjungan, aktivitas wisata, pola komunikasi pemandu, potensi cerita budaya, dan media promosi mitra. Observasi digunakan sebagai dasar penyusunan materi agar pelatihan sesuai dengan kebutuhan lapangan	Tersusun peta kebutuhan mitra dan bahan awal pelatihan.
2	Koordinasi mitra	Tim pelaksana bersama pengelola dan pemandu lokal menyepakati jadwal, peserta, lokasi, kebutuhan teknis, serta fokus materi kegiatan.	Terbentuk kesepakatan teknis dan kesiapan pelaksanaan program.
3	Edukasi wisata budaya dan agrowisata	Peserta memperoleh materi tentang wisata edukatif, peran pemandu lokal, nilai budaya Sunda, dan potensi agrowisata melalui ceramah singkat, diskusi interaktif, dan pemetaan nilai budaya.	Peserta memahami dasar wisata budaya, agrowisata, dan peran pemandu sebagai komunikator budaya.
4	Pelatihan penyusunan narasi	Peserta dilatih menyusun narasi wisata berbasis storytelling dengan struktur pembuka, isi, nilai budaya, pesan edukatif, dan penutup.	Peserta mampu menghasilkan naskah storytelling sederhana.
5	Praktik pemanduan	Peserta melakukan simulasi pemanduan dengan memperhatikan bahasa, intonasi, ekspresi, gestur, dan interaksi dengan wisatawan.	Peserta mampu mempraktikkan storytelling secara komunikatif.
6	Pendampingan	Tim pelaksana mendampingi peserta dalam menyempurnakan narasi wisata, memperbaiki teknik komunikasi, dan	Narasi pemanduan dan konten promosi lebih siap digunakan oleh mitra.



		mengembangkan konten digital sederhana.	
7	Evaluasi	Evaluasi dilakukan untuk menilai peningkatan pengetahuan, keterampilan komunikasi, kemampuan menyusun narasi, dan kesiapan penerapan layanan wisata edukatif (Miles et al., 2020).	Tersusun hasil evaluasi dan rekomendasi tindak lanjut.

Lokasi, Bahan, dan Alat Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Kampoeng Wisata Cinangneng, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, sebagai destinasi wisata edukatif berbasis budaya Sunda dan agrowisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam pelayanan wisata. Area kegiatan mencakup ruang pertemuan, area aktivitas wisata, ruang terbuka, serta titik atraksi yang digunakan dalam praktik pemanduan. Bahan kegiatan meliputi materi edukasi wisata budaya dan agrowisata, lembar kerja penyusunan narasi, contoh naskah storytelling, daftar aktivitas wisata, format identifikasi nilai budaya, instrumen pre-test dan post-test, serta panduan refleksi peserta. Alat yang digunakan mencakup laptop, LCD proyektor, pengeras suara, kamera atau telepon seluler, alat tulis, papan tulis atau kertas plano, dan perangkat pendukung praktik. Media digital sederhana digunakan untuk mengembangkan teks promosi, konsep video pendek, dan konten media sosial.

Tahap Demonstrasi dan Pelatihan

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, pre-test, post-test, dan penilaian praktik. Observasi digunakan untuk memetakan kondisi awal pemanduan, pola komunikasi, response peserta, serta perubahan keterampilan selama praktik storytelling. Wawancara dilakukan kepada pengelola dan pemandu lokal untuk menggali kebutuhan, kendala layanan, pengalaman pemanduan, dan harapan terhadap program. Dokumentasi merekam proses kegiatan, materi pelatihan, praktik, diskusi, dan produk narasi peserta. Pre-test dan post-test digunakan untuk membandingkan pemahaman sebelum dan sesudah pelatihan. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif berdasarkan aspek pengetahuan, keterampilan komunikasi, kemampuan menyusun narasi, perubahan sikap, serta kesiapan penerapan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Mitra dan Kondisi Awal

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengelola dan pemandu lokal Kampoeng Wisata Cinangneng, Kabupaten Bogor, yang terlibat langsung dalam pelayanan wisata edukatif berbasis budaya Sunda dan agrowisata. Kampoeng Wisata Cinangneng memiliki daya tarik utama berupa suasana pedesaan, aktivitas agraris, permainan tradisional, kuliner lokal, kesenian Sunda, serta interaksi langsung antara wisatawan dan masyarakat setempat. Karakter tersebut menjadikan destinasi ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran budaya dan kehidupan desa bagi wisatawan. Sebelum program dilaksanakan, pemandu lokal telah memiliki pengalaman praktis dalam menyambut, mendampingi, dan mengarahkan wisatawan. Mereka memahami urutan kegiatan wisata, mengenal lokasi aktivitas,



serta terbiasa berinteraksi dengan pengunjung dari berbagai kelompok, terutama keluarga, pelajar, dan rombongan wisata edukatif. Namun, kemampuan tersebut masih lebih banyak terbentuk melalui pengalaman lapangan daripada pelatihan terstruktur. Informasi yang disampaikan kepada wisatawan cenderung bersifat spontan, mengikuti kebiasaan masing-masing pemandu, dan belum sepenuhnya didukung oleh panduan narasi yang seragam.

Kondisi awal juga menunjukkan bahwa aktivitas budaya dan agrowisata belum seluruhnya dijelaskan sebagai bagian dari nilai budaya Sunda. Beberapa aktivitas, seperti menanam padi, mengenal permainan tradisional, mengikuti kegiatan seni, atau menikmati suasana kampung, lebih sering diposisikan sebagai kegiatan rekreatif. Padahal, aktivitas tersebut dapat dihubungkan dengan nilai gotong royong, keramahan, keselarasan dengan alam, etika bertamu, kemandirian masyarakat desa, dan pewarisan tradisi lokal. Dengan demikian, kebutuhan utama mitra adalah penguatan kapasitas dalam menyusun dan menyampaikan narasi wisata yang edukatif, komunikatif, serta sesuai dengan karakter Kampoeng Wisata Cinangneng.

Tabel 2. Kondisi Awal Mitra Sebelum Program Edukasi dan Pelatihan

Aspek yang Diamati	Kondisi Awal Mitra	Kebutuhan Penguatan
Pengetahuan tentang potensi budaya	Pemandu memahami aktivitas wisata, tetapi belum seluruhnya mengaitkan aktivitas dengan nilai budaya Sunda.	Pemetaan nilai budaya pada setiap aktivitas wisata.
Narasi pemanduan	Penyampaian informasi masih spontan dan berbeda antar pemandu.	Panduan narasi wisata yang lebih sistematis dan konsisten.
Teknik komunikasi	Pemandu telah terbiasa berinteraksi dengan wisatawan, tetapi teknik bercerita belum terstruktur.	Pelatihan storytelling, intonasi, ekspresi, gestur, dan interaksi.
Media edukasi dan promosi	Materi promosi belum sepenuhnya memuat narasi edukatif berbasis budaya.	Konten digital dan materi edukasi berbasis storytelling.
Standar pelayanan wisata	Alur pelayanan sudah berjalan, tetapi belum seluruhnya berbasis SOP narasi edukatif.	Rancangan SOP layanan pemanduan berbasis storytelling.

Pelaksanaan Edukasi dan Pelatihan

Pelaksanaan edukasi dan pelatihan dilakukan secara bertahap agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mempraktikkannya dalam kegiatan pemanduan. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi tentang wisata budaya dan agrowisata berbasis komunitas. Pada sesi ini, peserta diarahkan untuk memahami bahwa potensi Kampoeng Wisata Cinangneng tidak hanya terletak pada objek atau aktivitas yang ditawarkan, tetapi juga pada cerita, nilai, dan pengalaman sosial yang menyertai setiap kegiatan wisata. Materi utama yang diberikan meliputi peran pemandu lokal sebagai komunikator budaya, konsep dasar storytelling wisata, unsur-unsur narasi, teknik membuka cerita, penyusunan alur cerita, pemilihan pesan budaya, dan cara menutup pemanduan agar meninggalkan kesan bagi wisatawan. Peserta juga diberikan contoh bagaimana sebuah aktivitas sederhana dapat diubah menjadi narasi edukatif. Misalnya, kegiatan menanam padi

dapat dijelaskan sebagai representasi hubungan masyarakat desa dengan alam, kerja sama keluarga, ketekunan petani, serta penghargaan terhadap pangan.

Strategi penyampaian pelatihan dilakukan melalui ceramah singkat, diskusi interaktif, pemetaan potensi cerita, kerja kelompok, dan praktik simulasi. Diskusi digunakan untuk menggali pengalaman peserta selama memandu wisatawan. Peserta diminta menyebutkan aktivitas yang paling sering mereka jelaskan, pertanyaan yang sering diajukan wisatawan, dan bagian kegiatan yang dianggap paling menarik oleh pengunjung. Dari proses tersebut, diperoleh beberapa tema cerita yang dapat dikembangkan, seperti keramahan masyarakat Sunda, kehidupan agraris, permainan tradisional, kesenian lokal, kuliner desa, dan pengalaman belajar di alam terbuka.



Gambar 1. Pengunjung Kampoeng Wisata Cinangneng Kabupaten Bogor

Partisipasi peserta terlihat dalam proses identifikasi nilai budaya dan penyusunan cerita. Peserta mampu menyampaikan pengalaman mereka secara lisan, kemudian mengembangkannya menjadi narasi sederhana. Dalam praktik awal, sebagian peserta masih menyampaikan informasi secara deskriptif dan belum menghubungkannya dengan pesan budaya. Setelah memperoleh contoh dan umpan balik, peserta mulai menambahkan unsur pembuka, latar aktivitas, makna budaya, dan pesan penutup. Proses ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membantu peserta merefleksikan kembali pengalaman lokal yang selama ini telah mereka praktikkan.

Hasil Pemberdayaan Masyarakat

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta. Dari aspek pengetahuan, peserta mulai memahami bahwa pemanduan wisata tidak hanya berisi penjelasan teknis mengenai tempat dan jadwal kegiatan, tetapi juga penyampaian makna budaya. Sebelum pelatihan, sebagian peserta memaknai storytelling sebagai kemampuan berbicara panjang kepada wisatawan. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa storytelling merupakan teknik menyusun cerita dengan alur, pesan, nilai, dan tujuan komunikasi yang jelas.

Dari aspek keterampilan, peserta mulai mampu menyusun narasi wisata berbasis aktivitas lokal. Narasi yang disusun tidak lagi hanya memuat instruksi kegiatan, tetapi juga memasukkan



konteks sosial dan budaya. Sebagai contoh, aktivitas penyambutan wisatawan dikaitkan dengan nilai *someah hade ka semah* atau keramahan kepada tamu. Aktivitas permainan tradisional dikaitkan dengan kebersamaan, sportivitas, dan pembelajaran sosial. Aktivitas pertanian dikaitkan dengan kerja keras, kesabaran, ketergantungan manusia pada alam, dan penghargaan terhadap petani.



Gambar 2. Kegiatan Turun Lapang Tim PKM

Keterampilan komunikasi peserta juga mengalami penguatan melalui praktik simulasi. Peserta mulai memperhatikan cara membuka komunikasi, menggunakan bahasa yang sederhana, menjaga intonasi, menyesuaikan ekspresi, dan memberi ruang interaksi kepada wisatawan. Dalam praktik awal, beberapa peserta masih terlihat membaca catatan atau menyampaikan narasi secara datar. Setelah sesi umpan balik, peserta mulai mencoba menggunakan kalimat pembuka yang lebih menarik, memberi pertanyaan ringan kepada wisatawan, dan menutup cerita dengan pesan edukatif.



Gambar 3. Produk Baju Daerah



Gambar 4. Kegiatan Degung

Dari aspek sikap, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya konsistensi pesan budaya. Peserta menyadari bahwa setiap pemandu perlu memiliki acuan narasi agar wisatawan memperoleh pemahaman yang relatif sama tentang Kampoeng Wisata Cinangneng. Kesadaran ini penting karena destinasi berbasis budaya membutuhkan kejelasan identitas dan pesan. Peserta juga menunjukkan sikap positif terhadap penggunaan konten digital sederhana sebagai media pendukung promosi. Mereka melihat bahwa cerita budaya dapat disampaikan tidak hanya secara langsung di lokasi, tetapi juga melalui teks, foto, dan video pendek.

Tabel 3. Perubahan Kapasitas Peserta Setelah Program

Aspek Pemberdayaan	Sebelum Program	Setelah Program
Pemahaman storytelling	Storytelling dipahami sebagai kemampuan berbicara kepada wisatawan.	Storytelling dipahami sebagai penyusunan cerita yang memiliki alur, makna, dan pesan budaya.
Identifikasi nilai budaya	Nilai budaya belum selalu dikaitkan dengan aktivitas wisata.	Peserta mampu mengaitkan aktivitas wisata dengan keramahan, gotong royong, kehidupan agraris, dan kearifan lokal Sunda.
Penyusunan narasi	Narasi masih spontan dan berbeda antar pemandu.	Peserta mampu menyusun narasi sederhana dengan pembuka, isi, nilai budaya, dan penutup.
Teknik komunikasi	Penyampaian masih deskriptif dan belum sepenuhnya interaktif.	Peserta mulai menggunakan intonasi, ekspresi, gestur, dan pertanyaan pemantik.
Orientasi layanan	Pemanduan berfokus pada kelancaran aktivitas wisata.	Pemanduan mulai diarahkan pada pengalaman edukatif dan pemahaman budaya.

Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan proses, diskusi reflektif, penilaian praktik storytelling, serta perbandingan pemahaman peserta sebelum dan setelah kegiatan. Secara umum, kegiatan menunjukkan hasil positif karena peserta mampu mengikuti seluruh tahapan, terlibat

aktif dalam diskusi, menyusun narasi sederhana, dan mempraktikkan pemanduan berbasis cerita. Keberhasilan kegiatan terlihat dari kemampuan peserta mengaitkan aktivitas wisata dengan nilai budaya Sunda dan meningkatnya kesadaran tentang pentingnya konsistensi pesan dalam pelayanan wisata.

Hambatan yang muncul selama kegiatan meliputi perbedaan kemampuan komunikasi antar peserta, keterbatasan waktu praktik, serta kebiasaan peserta menyampaikan informasi secara spontan tanpa naskah. Sebagian peserta juga masih memerlukan pendampingan dalam menulis narasi karena mereka lebih terbiasa menyampaikan cerita secara lisan. Hambatan tersebut diatasi melalui pemberian contoh naskah singkat, penggunaan template cerita, latihan bertahap, dan umpan balik langsung setelah praktik.

Respons mitra terhadap kegiatan tergolong positif. Mitra menilai bahwa program edukasi storytelling sesuai dengan kebutuhan penguatan layanan wisata edukatif di Kampoeng Wisata Cinangneng. Pemandu lokal memperoleh sudut pandang baru bahwa setiap aktivitas wisata memiliki cerita dan nilai budaya yang dapat disampaikan kepada pengunjung. Pengelola juga memperoleh bahan awal berupa modul, panduan narasi, konten digital, dan rancangan SOP yang dapat dikembangkan lebih lanjut sesuai kebutuhan operasional destinasi.

Rencana tindak lanjut yang direkomendasikan mencakup penyempurnaan naskah story telling bersama pengelola, pelatihan lanjutan tentang public speaking, pengembangan video promosi berbasis cerita budaya, dan penerapan SOP pemanduan dalam kegiatan wisata harian. Selain itu, diperlukan evaluasi berkala terhadap penggunaan narasi pemanduan agar isi cerita tetap akurat, relevan, dan sesuai dengan karakter wisatawan. Dengan tindak lanjut tersebut, program pengabdian diharapkan tidak berhenti sebagai pelatihan sesaat, tetapi menjadi dasar penguatan kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola wisata budaya dan agrowisata berbasis komunitas secara berkelanjutan.



Gambar 5. Rekomendasi Tindak Lanjut Program



SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program edukasi dan pelatihan storytelling budaya Sunda ini telah berhasil meningkatkan kapasitas pengelola dan pemandu lokal di Kampoeng Wisata Cinangneng, Kabupaten Bogor. Melalui pendekatan partisipatif yang terstruktur dalam tujuh tahapan, program ini mampu mengubah paradigma mitra dari yang semula memandu secara spontan dan rekreatif menjadi pemanduan yang edukatif dan sistematis. Terjadi peningkatan yang signifikan pada aspek pengetahuan mitra dalam memahami fungsi storytelling, keterampilan menyusun narasi berbasis struktur alur yang jelas (pembuka, isi, nilai budaya, dan penutup), serta penerapan teknik komunikasi interaktif (intonasi, gestur, ekspresi, dan pertanyaan pemantik). Lebih dari itu, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran kritis masyarakat lokal mengenai pentingnya konsistensi pesan budaya serta nilai-nilai kearifan lokal Sunda (someah hade ka semah, gotong royong, dan keselarasan dengan alam) sebagai daya tarik utama wisata edukasi. Keberlanjutan program ini selanjutnya memerlukan komitmen pengelola dalam melegalisasi dan menerapkan SOP pemanduan berbasis storytelling dalam operasional harian serta pengembangan media promosi digital secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, R. M. (2021). Strategi Akomodasi Komunikasi Dalam Interaksi Antar Budaya Suku Melayu (Tempatan) Dan Suku Jawa Di Desa Bukit Gajah Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2(2), 2013–2015.
- Adi, A. E., Agung, L., Ansory, M. A., & ... (2026). Penerapan Generative Artificial Intelligence untuk Video Storytelling dengan Metode Partisipatif dan Pendekatan Kolaboratif di Saung Ciburial Garut. *Charity: Jurnal*
<https://journals.telkomuniversity.ac.id/charity/article/view/9515>
- Apit Buchori, D., Sulisty, A., Eko Yudiandri, T., Bangga Arifkusuma, M., Hadiano, F., Aguilera, E., Saputra Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, I., & Buchori, A. (2023). Tourist Village Innovation In Creating Management And Sustainable Marketing (Inovasi Desa Wisata Dalam Menciptakan Pengelolaan dan Pemasaran Berkelanjutan). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(2).
- Aripadono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial instagram. *Teknika*. <https://ejournal.ikado.ac.id/index.php/teknika/article/view/298>
- Arwan, A. (2023). Culturally Adapted and Digital Media Interventions for HIV Prevention: A Narrative Review. *JRKPK*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.61194/jrkpk.v2i1.659>
- Asghary, H. (2020). Strategi komunikasi pariwisata dinas pariwisata kabupaten Bima dalam meningkatkan minat wisatawan. *Commicast*.
<https://www.academia.edu/download/83302628/pdf.pdf>



- Ayyada Jannati Syifa, Ramadhan Dani, & Dewi Pertiwi Cindy Nadya. (2020). *Modal Sosial Dalam Revitalisasi Kearifan Lokal (Studi Kasus Desa Wisata Kandri Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang)*. <https://doi.org/10.20961/jas.v9i0>
- Bisel, R. (2010). A communicative ontology of organization? A description, history, and critique of CCO theories for organization science. *Management Communication Quarterly*, (Query date: 2026-04-12 11:45:06). <https://doi.org/10.1177/0893318909351582>
- Cahyani, I. P., Mardani, P. B., & Widianingsih, Y. (2023). Digital storytelling in cultural tourism: A sustainable communication approach at the Lasem Heritage Foundation. *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities*, 6(1), 45–69. <https://doi.org/10.31098/ijmesh.v6i1.1348>
- Candy, J., Lang, F., Farady Marta, R., & Menayang, A. P. (2020). *Transformasi Identitas Kota Bitung Ditinjau Dari Citra Pariwisata Heksagonal Anholt*.
- Centeno, D. D. G. (2024). Socio-spatial analysis of indigenous cultural tourism sites: A comparative study of Kampoeng Wisata Cinangneng, Bogor, Indonesia and Tam-Awan Village, Baguio City, Philippines. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1384, 012023–012023. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1384/1/012023>
- Da Lopez, V. M., Jusuf, E., & Juanim, J. (2024). Strategi Branding Kota Kupang Melalui Pendekatan Memorable Tourism Experience dan Tourism Product Characteristics. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 258–276. <https://doi.org/10.35508/jikom.v13i2.9398>
- Dwiyanti, R. G., & Purnaningsih, N. (2022). Persepsi terhadap proses pengorganisasian komunitas dalam pengelolaan Kampung Wisata Cinangneng. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 6(2). <https://ejournal-skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/679>
- Faiz Bilmukharom, M., & Hariyanto, D. (2023). *Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Membentuk Village Branding Ekowisata Taman Watu Kandang Desa Pandean*. 5, 294–302. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%25vi%25i.337>
- Ginting, R. T., Erviantono, T., Putri, D. A., & ... (2025). Pendampingan Transformasi Desa melalui Praktik Pemberdayaan Potensi Lokal oleh Universitas Udayana di Desa Siangan. *Parta: Jurnal ...*. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta/article/view/6002>
- Hariyadi, B. R., Rokhman, A., Rosyadi, S., Yamin, M., & Runtiko, A. G. (2024). The role of community-based tourism in sustainable tourism village in Indonesia. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7), 1–24. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-038>
- Indriani, R., Hatidah, H., & ... (2025). Implementasi strategi pemasaran berbasis nilai budaya lokal: Studi rebranding produk wisata di Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*. <https://www.stebisigm.ac.id/jim.stebisigm.ac.id/jimesha/article/view/739>



- Jaya, M. N., Rery, S., & Nur, N. F. (2025). Peran Komunikasi Pembangunan Partisipatif untuk Pengembangan Pariwisata dan Keberdayaan Masyarakat. *Jurnal Penyuluhan*, 21(02), 213–226. <https://doi.org/10.25015/21202555878>
- Mira Anggie Trisnawati. (2021). Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Studi Kasus Pada Pengembangan Dan Pengelolaan Desa Wisata Agro Edukasi Dewi Kemang Di Desa Kedungmalang, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri. *Jurnal Commercium*, Volume 04 Nomor 01, 194–205.
- Priambodo, M. I. (2022). Penciptaan redesain identitas visual Kampoeng Wisata Cinangneng Kabupaten Bogor. *Seminar Nasional Institut Kesenian Jakarta*, 1. <https://doi.org/10.52969/semnasikj.v1i1.11>
- Pudjiastuti, S. R., Suminar, R., & Suidat, S. (2025). Sosialisasi penelusuran wisata budaya berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor. *Jurnal PAKAR: Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(1), 1–9.
- Rery, S., Handayani, P., & Anwar, R. (2025). Komunikasi Partisipatif Dalam Memperkuat Program Pemberdayaan Energi Sosial Masyarakat. In *Loka Bhakti*.
- Rery, S., Jaya, M. N., & Sulistiani, I. (2026). Integrasi Kearifan Lokal melalui Strategi Komuniasi Pengembangan Pariwisata di Perbatasan RI-PNG. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 74–88.
- Rery, S., Masawoy, S., Banop, M. A., Tuharea, M. J., & Hagabal, D. (2023). Komunikasi Pembangunan dalam Pelaksanaan Penyuluhan Pembinaan Program Pemberdayaan Masyarakat Perbatasan Ri-Png pada Kampung Mosso, Distrik Muaratami. *LANDMARK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 74–83.
- Rery, S., Mustofa, H., & Ahmad, B. (2024). *Strategi Komunikasi Partisipatif Pemerintahan Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Perbatasan RI-PNG* (Vol. 10). <https://doi.org/10.30997/jk.v10i2.15213>
- Rismiyati, F. & Siska. (2021). Strategi pemulihan Kampoeng Wisata Cinangneng dalam menghadapi tatanan kehidupan baru. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 7(2), 82–91. <https://doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3007>
- Saputra, A. A., & Samudra, D. (2025). Peran Tradisi Kenduri dalam Membangun Modal Sosial (Aspek Bahasa Komunikasi) di Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Bahasa & Sastra*. <https://journal.merivamedia.com/lafdzuna/article/view/3>
- Satriani, I., & Cahyaningrum, Q. N. (2022). Penyuluhan Komunikasi Non Verbal Pada Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*, 3(4), 415-423. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v3i4.263>



- Sidik, R., & Mulyaningsih, N. N. (2021). Pengukuran tingkat kebisingan aliran Sungai Cinangneng-Bogor dengan menggunakan aplikasi Sound Level Meter. *Schrodinger: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Fisika*, 2(1), 8–12.
- Sulistiani, I., Syarifuddin, S., & Rery, S. (2024). Difusi Inovasi New Media Komunikasi pada Masyarakat Kampung Mosso di Perbatasan Indonesia-Papua New Guinea. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 339–346. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i2.5851>
- Suyasa, I. M., & Anggratyas, P. A. R. (2025). Peranan Cerita Rakyat Dalam Mempromosikan Daya Tarik Wisata Melalui Storytelling. ... , *Media, Dan Public* <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JSv/article/view/3305>
- Thantawi, T. R., Mursyidah, A., & Permana, L. (2023). Memprogramkan akses pembiayaan syariah bagi usaha mikro kecil dan menengah pada Desa Cinangneng. *Sahid Development Journal*, 3(1), 10–16.
- Wahyuningtyas, D., Hamidah, N., Sumarno, W. K., Yurenaudia, A., Maharani, D. S. D., & Trirahardjo, M. R. (2024). Developing storytelling for tour guide to build global branding in Desa Wisata Jajar Gumregah. *Journal of Community Service and Empowerment*, 5(2), 442–447. <https://doi.org/10.22219/jcse.v5i2.28647>