

Penguatan *Storytelling* Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung

Hartanti Woro Susianti^{1*}, Dewa Ayu Made Lily Dianasari², Ni Made Tirtawati³,
Hanugerah Kristiono Liestiandre⁴, Ida Bagus Putra Negarayana⁵, Ni Luh Nyoman
Tri Lilasari⁶, I Gede Gian Saputra⁷, Dewa Ayu Nyoman Aridayanti⁸

1,2,3,4,5,6,7,8Program Studi Manajemen Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali
Jl. Dharmawangsa Kampil, Nusa Dua Bali, Telp: (0361) 773537

1worosusianti@ppb.ac.id, 2*lily.dianasari@gmail.com, 3tirtastp@yahoo.co.id,
4hanugerah@ppb.ac.id, 5negarayana@ppb.ac.id, 6trililasari_ila@ppb.ac.id,
7giansaputra@ppb.ac.id, 8rid@ppb.ac.id
* Penulis Korespondensi

Received: March, 2022

Revised: June 2022

Accepted: June 2022

Abstract

Bakas Village is a MKP Study Program assisted village that already has a cooperation agreement. With the concept of Community Base Tourism, finally a tourism village governance has been formed as a result of a joint decision between the official village and the Bakas traditional village. After the establishment of governance, efforts are still needed to strengthen products in the form of storytelling, as part of marketing, so that Bakas Village can develop priority programs for its tourism village products. This community service is in the form of training which consists of two stages. The first stage is in the form of training related to strengthening storytelling how to describe an attraction and managing visitors as well as managing the interpretation of tourist village products. The second stage is in the form of technical training in packaging storytelling for digital-based tourism village products. The results of this community service activity are increasing the understanding of Bakas tourism village managers about the components of tourist village products, managing visitors in tourist villages, and managing tourist village product interpretations, as well as strengthening the ability of managers to provide digital-based storytelling of Bakas Village products.

Keywords: *tourism village, governance, storytelling*

Abstrak

Desa Bakas merupakan desa binaan Prodi MKP yang telah memiliki perjanjian kerjasama. Dengan konsep Community Base Tourism, akhirnya telah terbentuk suatu tata kelola desa wisata hasil dari keputusan bersama antara Desa Dinas dan Desa Adat Bakas. Setelah terbentuknya tata kelola, masih diperlukan upaya penguatan produk berupa storytelling, sebagai bagian dari pemasaran, sehingga desa Bakas dapat menyusun program prioritas terhadap produk desa wisatanya. Pengabdian kepada masyarakat ini berbentuk pelatihan yang terdiri dari dua tahap. Tahap pertama berupa pelatihan terkait penguatan storytelling cara mendeskripsikan suatu atraksi dan pengelolaan pengunjung serta pengelolaan

interpretasi produk desa wisata. Tahap kedua berupa pelatihan teknik mengemas storytelling produk desa wisata berbasis digital. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman pengelola desa wisata Bakas tentang komponen produk desa wisata, pengelolaan pengunjung di desa wisata, dan pengelolaan interpretasi produk desa wisata, serta menguatnya kemampuan pengelola dalam memberikan storytelling produk Desa Bakas berbasis digital.

Kata kunci: *desa wisata, tata kelola, storytelling*

1. PENDAHULUAN

Salah satu wujud dari konsep *community-based tourism* adalah dikembangkannya desa-desa wisata, dimana masyarakat desa yang berada di wilayah pariwisata mengembangkan potensinya baik potensi sumber daya alam, budaya, dan juga potensi sumber daya manusianya. Keberadaan desa wisata di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang pesat. Pengembangan desa wisata ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat desa itu sendiri, diantaranya adalah akan adanya lahan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga dapat menurunkan angka pengangguran di desa tersebut. Selain itu desa wisata yang mengusung konsep ekowisata akan membuat suatu desa dapat mempertahankan kelestarian alam dan budaya desanya. Hal lainnya adalah desa wisata dapat membuat suatu desa menjadi desa yang mandiri karena dapat menyediakan alternatif pekerjaan yang dapat dimasuki oleh masyarakat setempat.

Kabupaten Klungkung merupakan salah satu kabupaten di Bali yang juga mengembangkan desa wisata sebagai wujud pengembangan *community-based tourism* dan diharapkan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat lokal. Salah satu desa wisata yang dikembangkan di Kabupaten Klungkung adalah Desa Wisata Bakas. Desa wisata Bakas merupakan desa binaan Prodi MKP Politeknik Pariwisata Bali yang telah memiliki Perjanjian Kerjasama. Pendampingan kepada desa wisata Bakas ini telah dimulai pada tahun 2018, dengan kegiatan praktek lapangan mahasiswa, hingga pendampingan di tahun 2021, yang akhirnya terbentuk suatu tata kelola desa wisata hasil dari Keputusan Bersama antara Desa Dinas dan Desa Adat Bakas.

Terjadinya situasi Pandemi Covid-19 akhirnya menguji kemandirian desa wisata. Desa wisata yang sebelumnya memiliki banyak pemasukan dari kegiatan wisata kini harus mengatur ulang strategi untuk tetap bertahan dengan kemandirian yang dibentuk. Prof. Yuwana Mardika, Guru Besar dari Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR mengungkapkan bahwa untuk kembali lagi ke optimisme semula, industri pariwisata harus mengubah pula strategi pariwisatanya dan menjadi lebih sadar akan dampak sosial yang terjadi saat ini. Oleh karena itu dengan adanya krisis pandemi Covid-19 memberikan peluang untuk ditata kembali menjadi sebuah konsep pariwisata yang memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan atau disebut dengan pariwisata berkelanjutan. Mengenai perubahan pola perilaku wisatawan, maka situasi pasca Covid-19 akan menghasilkan pola permintaan konsumen yang baru atas bentuk produk dan destinasi wisata tertentu. Unsur-unsur kesehatan, kebersihan, kenyamanan dan kebersihan, tempat terbuka, serta penduduknya yang sedikit, menjadi pendorong utama wisatawan dalam memilih tempat untuk tujuan wisata. Selain itu, menurut Prof. Yuwana, sebagai upaya untuk bisa meningkatkan potensi desa wisata adalah dengan menerapkan pendekatan *story telling*.

Story telling adalah kegiatan menceritakan suatu cerita, baik yang dilakukan secara manual ataupun dengan menggunakan piranti teknologi dan internet. *Storytelling* menurut Serrat (2008), merupakan sebuah seni yang menggambarkan peristiwa yang sebenarnya maupun berupa fiksi dan dapat disampaikan menggunakan gambar ataupun suara. Selain bermanfaat sebagai media promosi wisata, *storytelling* juga menjadi metode efektif guna menggali nilai-nilai unik dan menarik dari suatu destinasi wisata, atau bahkan produk

ekonomi kreatif. Dengan *storytelling* yang baik, wisatawan akan mendapatkan pengalaman berbeda dalam berwisata. Sebuah cerita yang menarik akan membuat destinasi wisata tidak sebatas tempat saja namun ruang yang lebih hidup guna mencari berbagai informasi. Secara tidak langsung, pengalaman berwisata dengan *storytelling* ini akan membawa makna tersendiri bagi setiap destinasi. *Storytelling* dapat membuat suatu daya tarik wisata menjadi semakin menarik dan membuat penasaran para wisatawan. Namun, *storytelling* yang terlalu panjang akan membuat jenuh wisatawan. *Storytelling* cukup singkat, namun dalam. Pada Global Tourism Forum: Hybrid Event Leaders Summit Asia Indonesia 2021, Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila Devi Roza Kausar mengatakan, *storytelling* merupakan cara untuk membuat suatu destinasi wisata makin atraktif. *Storytelling* membuat destinasi wisata semakin menarik bagi wisatawan domestik karena mereka bisa menemukan sesuatu yang baru di daerah tersebut. Destinasi wisata akan menjadi makin atraktif karena *storytelling* sudah mengemas cerita yang belum pernah didengar atau diberi tahu kepada orang lain. *Storytelling* tidak hanya membuat destinasi wisata makin atraktif, tetapi bahkan dapat membuatnya terkesan seperti baru. *Storytelling* membuat orang-orang berinteraksi dengan area mereka sendiri. Saat wisatawan bertemu dengan komunitas di destinasi wisata, pengalaman cerita dapat dibentuk. Sedangkan cerita tentang penyembuhan, kelangsungan hidup, dan resiliensi dapat dirasakan.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno (2021) dalam Virtual Audiensi dengan Natgeo-Disneys menyebut pihaknya juga mendukung penuh rencana strategi promosi wisata berbasis *storytelling*. Menurutnya *storytelling* menjadi langkah penting bagi wisatawan untuk mengetahui latar belakang event dan destinasi wisata yang akan didatanginya. Melalui *storytelling* para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif dapat memperkenalkan produk atau karya berdasarkan nilai filosofi yang terkandung di dalamnya. Hal ini akan menciptakan kesan positif yang emosional antara suatu produk dengan pembelinya.

Teknik *storytelling* pada destinasi wisata dapat digunakan di berbagai daya tarik promosi. Pasalnya cerita lisan merupakan salah satu budaya yang banyak berkembang di masyarakat sejak ratusan tahun silam. Mulai dari cerita legenda yang notabenenya fiksi hingga sejarah semuanya dapat menjadi materi *storytelling* yang menarik. Ditambah lagi dengan pesatnya digitalisasi di tengah masyarakat yang sangat pas dalam mengembangkan *storytelling* melalui *platform* digital. Platform digital akan memudahkan pelaku pariwisata untuk menyampaikan narasi secara *visual, audio, photo, caption/* teks, maupun kombinasi ketiganya. Dengan bantuan *platform* digital, nilai-nilai dari setiap cerita dapat disampaikan dan disebar dengan narasi yang lebih baik. Selain itu, digitalisasi juga membuat *storytelling* jauh lebih menarik dibandingkan penyampaian fakta dengan gaya konvensional. Dalam konteks pariwisata, kemampuan inovatif dan adaptif sangat memainkan peranan penting pada pasca Covid-19 ini, terutama pada era teknologi yang semakin berkembang, dimana dunia sudah sangat *digital* sehingga diperlukan strategi marketing yang berbasis *digital* atau strategi marketing 4.0 menjadi suatu keniscayaan.

Umumnya bagi masyarakat desa wisata Bakas di kabupaten Klungkung, masalah teknik komunikasi pemasaran pariwisata kurang begitu diperhatikan dalam mempromosikan produk wisata di wilayah tersebut, walaupun sebenarnya para pengelola wisata sudah melek teknologi berbasis media sosial yang terkoneksi dengan internet, khususnya facebook, instagram, youtube, dan sebagainya. Namun dalam penyajian kontennya masih konvensional, dengan hanya memvisualisasikan objek wisatanya, sementara alur cerita obyek wisata secara kronologis kurang muncul kepermukaan. Padahal kemampuan dan keterampilan komunikasi pariwisata berbasis media sosial tersebut akan menjadi nilai tambah untuk memperkuat eksistensi dari desa wisata Bakas itu sendiri.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

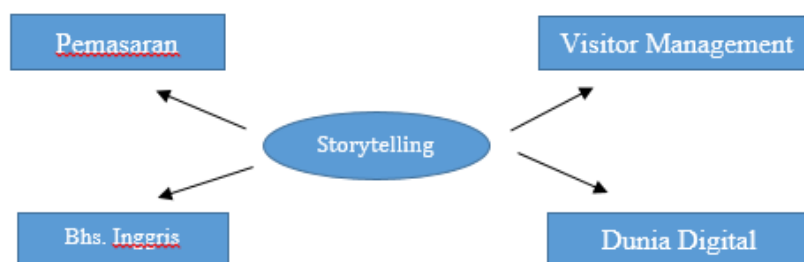
Pengabdian masyarakat yang merupakan program pendampingan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan bagi *stakeholder* pariwisata di wilayah Desa Bakas. Kegiatan pelatihan kali ini diikuti oleh 30 orang pengelola desa wisata Bakas, dan dilakukan dalam dua tahapan yang secara lebih rinci dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Tahap pertama berupa pelatihan terkait penguatan *storytelling*. Bagaimana cara mendeskripsikan suatu atraksi dan pengelolaan pengunjung, serta pengelolaan interpretasi produk desa wisata. Pada tahap ini dibahas mengenai kondisi eksisting produk desa wisata serta menyusun berbagai upaya penguatan *storytelling* produk desa wisata yang dibagi ke dalam empat kelompok kerja dari peserta pelatihan.
- 2) Tahap kedua diberikan pelatihan tentang teknik mengemas *storytelling* produk desa wisata berbasis digital. Pada tahap kedua ini dilakukan juga *roleplay* dari peserta pelatihan dimana peserta diminta melakukan presentasi terkait *storytelling* produk desa wisata Bakas.

Sebagai tahapan terakhir dalam pelatihan, evaluasi merupakan hal yang wajib dilakukan untuk melihat sejauh mana keberhasilan dari kegiatan pelatihan tersebut. Fasilitator mengajak peserta pelatihan untuk mengevaluasi secara bersama-sama tentang *storytelling* produk desa wisatanya. Dari evaluasi ini, peserta pelatihan yang merupakan pengelola desa wisata Bakas, akan mengetahui apa yang sudah dilakukan, apa yang belum dan apa yang harus dilakukan pada tahap selanjutnya. Dengan tahapan ini diharapkan masyarakat kedepannya mampu lebih mandiri dalam mengelola pariwisata di wilayahnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa *storytelling* dipahami oleh peserta sebagai bagian dari pemasaran, yang merupakan teknik penyampaian informasi tentang obyek wisata, rangkaian cerita tentang atraksi/ produk wisata, dan alat untuk mempromosikan objek/ produk wisata tersebut. Dipahami juga oleh peserta, bagaimana pentingnya bahasa Inggris dalam *Storytelling* serta eratnya kaitan dengan pengelolaan pengunjung (*Visitor Management*), dan bagaimana peran *storytelling* produk wisata dalam dunia digital. Kegiatan PKM di Desa Bakas Kabupaten Klungkung ini merupakan proses belajar dan pengalaman bagi pengelola desa wisata Bakas. Pengalaman peserta pelatihan ini merupakan suatu proses peralihan tingkat kesadaran subyektif yang pasif menuju pada tingkat kesadaran yang tinggi/aktif dalam menerjemahkan realitas. Pengalaman ini menjadi stok pengetahuan yang menjadi dasar untuk membangun pemahaman tentang *storytelling* menurut dirinya. Stok pengetahuan tersebut menurut Raho (2007), memberikan kerangka referensi atau orientasi kepada seseorang dalam memberikan interpretasi terhadap segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya sebelum mereka melakukan sesuatu.



Gambar 1. Bagan Pemahaman Peserta tentang *Storytelling*
[Sumber: Laporan PKM]

I Dewa Gede Wisnu Arimbawa (Ketua Badan Promosi Pariwisata Kab. Klungkung) membagikan pengalaman dengan membawakan topik *Storytelling* sebagai bagian Pemasaran Desa Wisata. Dijelaskan bahwa *storytelling* bisa berbentuk verbal/ lisan, tulisan, lagu, photo ataupun video. Sedangkan sumber *storytelling* bisa berasal dari sejarah, tradisi, seni budaya, atraksi wisata, kuliner ataupun modern park. Untuk menjadi *storyteller* yang baik hendaknya mereka memahami cerita yang ingin disampaikan, menceritakan apa yang disukai, selalu berlatih, dan memperhatikan suara, ekspresi wajah, dan gerak tubuh.

Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional tentunya sangat berperan penting dalam dunia pariwisata. Materi terkait bahasa Inggris ini disampaikan oleh Dosen Prodi. MKP yakni Nyoman Tri Lilasari, SS.,M.Hum yang memberikan materi tentang *Describing Objects* untuk memberikan gambaran kepada peserta pelatihan, bagaimana menyusun kata menjadi kalimat yang mendeskripsikan atau menjabarkan atau menggambarkan suatu objek terutama yang berkaitan dengan produk desa wisata Bakas. Dalam menjelaskan suatu objek atau produk perlu menekankan pada fungsi, jenis, karakteristik dan bentuk tampilannya, serta suara, rasa atau baunya.

Fasilitator ketiga yakni Hanugerah Kristiono Liestiandre, S.St.Par.,MM menjelaskan tentang pentingnya Pengelolaan Pengunjung (*Visitor Management*). yang bertujuan untuk menciptakan kesesuaian yang harmonis antara kebutuhan tiga komponen lokal yaitu *visitor*, *place/nature*, dan *host community*. Dijabarkan pula tentang keuntungan penerapan *visitor management*, hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam penerapan *visitor management*, serta beberapa teknik dalam *visitor management*.

Tema *Storytelling* Produk Desa Wisata Digital dipaparkan kepada peserta pelatihan oleh I Gede Made Sukariyanto, S.Par.,M.Par. tentang pentingnya *storytelling* untuk memasarkan produk wisata, dan juga menekankan pada menggali potensi desa wisata Bakas sehingga dapat diceritakan dengan menarik. Dalam menyajikan *storytelling* agar menekankan pada kisah lokal yang menyentuh, dengan sajian narasi yang unik, yang disesuaikan dengan *audiences*, dan dilengkapi dengan visual yang menarik. Untuk menyajikan visual yang menarik perlu memperhatikan komposisi gambar, *lighting*, kesesuaian gambar dengan cerita, kontras warna tulisan dan gambar, pemilihan *font*, serta porsi atau penempatan.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber
[Sumber: Dokumentasi Kegiatan]

Kegiatan pelatihan dilakukan juga dengan diskusi dan pembagian kelompok untuk praktek pembuatan naskah *storytelling* produk desa wisata Bakas. Setiap kelompok memilih satu produk desa wisata Bakas untuk dibuat *storytelling* dan dipresentasikan. Masing-masing kelompok dari kelompok satu sampai dengan kelompok enam mempresentasikan *storytelling* yang telah dibuat tentang produk- produk desa wisata Bakas seperti *cooking class*, *camping* sambil menonton film, *trekking*, mendak toya, dan lain-lain. Presentasi dilakukan dengan antusias untuk kemudian dievaluasi



Gambar 3. Presentasi Kelompok
[Sumber: Dokumentasi Kegiatan]

Selanjutnya berdasarkan stok pengetahuan yang diperoleh melalui pelatihan, peserta memberikan penilaiannya tentang *storytelling*, di mana hasil dari pelatihan tersebut, para peserta menilai *storytelling* merupakan aktivitas yang menarik, memperkuat ingatan tentang wisata, membangkitkan perasaan terhadap obyek wisata, dan menjelaskan obyek wisata secara utuh. Penilaian yang disampaikan oleh peserta tersebut didasarkan pada pemahamannya tentang *storytelling* yang diperoleh selama mereka ikut pelatihan, dan melihat contoh konten yang menceritakan objek wisata dari media sosial (Youtube, Instagram, Tik Tok, Facebook, dsb), sehingga dalam diri setiap peserta terbangun citra tentang pentingnya *storytelling* objek wisata. Pemanfaatan media sosial tersebut dapat berimbas positif bagi pencitraan obyek atau destinasi wisata, karena wisata sangat berhubungan erat dengan pengalaman/ kenangan.

4. KESIMPULAN

Desa Bakas telah menjadi desa dampingan/ binaan Prodi. MKP Poltekpar Bali, hingga saat ini merupakan pendampingan untuk yang ketiga kalinya. Berbeda dengan pendampingan sebelumnya, peserta pelatihan kali ini lebih banyak diikuti oleh generasi muda Bakas yang diharapkan dapat menjadi ujung tombak dalam pemasaran produk desa wisata Bakas, dengan menceritakan produk wisatanya secara digital kepada calon wisatawan. Berdasarkan hasil pembahasan tentang pelatihan *Storytelling* di Desa Bakas Kabupaten Klungkung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pelatihan *storytelling* dapat membangun pemahaman pengelola desa wisata Bakas, bahwa *storytelling* merupakan bagian dari pemasaran produk, penyampaian informasi objek wisata, rangkaian cerita objek wisata, dan alat untuk mempromosikan objek wisata. Pelatihan *storytelling* dapat membangun penilaian pengelola desa wisata Bakas, bahwa

kemampuan berbahasa Inggris dalam *storytelling* adalah penting, sehingga menjadi daya tarik wisata, memperkuat ingatan tentang produk wisata, membangkitkan perasaan terhadap produk wisata, dan menjelaskan obyek wisata secara utuh. Pengetahuan tentang pengelolaan pengunjung (*Visitor Management*) tidak bisa dipisahkan dari pemasaran produk wisata, karena bertujuan untuk menciptakan kesesuaian yang harmonis antara kebutuhan tiga komponen lokal yaitu *visitor*, *place/nature*, dan *host community*. Pelatihan *storytelling* merupakan stimulus bagi pengelola desa wisata Bakas untuk menghasilkan karya visual yang orisinal tentang produk wisata di desa Bakas melalui media sosial yang dapat memancing rasa penasaran penontonnya untuk datang ke wilayah destinasi wisata tersebut, sehingga peluang untuk menghasilkan pemasukan dari sektor wisata dapat diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA:

- Alamanda, D.T., Suseno, N.S., Kania, I., dan Nurhaliza, R. (2020), *Pemasaran Pariwisata Gunung Garut Menggunakan Metode Storytelling*, Bandung: CV. Amerta Media
- Atarembong, F.H. (2021). Peran Experiential Travel dan Digital Storytelling dalam Mengembangkan Desa Wisata di Indonesia Pasca Pandemi. Halo Desa News. Retrieve from <https://desanews.hallo.id/info-desa/pr-1242273841/peran-experiential-travel-dan-digital-story-telling-dalam-mengembangkan-desawisata-di-indonesia-pasca-pandemi?page=4>
- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T. dan Nugraha, A.R. (2018). Pelatihan Storytelling Dalam Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata di desa Cintaratu Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran, *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1 (1), 25 – 31. <http://dx.doi.org/10.24912/jbmi.v1i1.1874>
- Kememparekraf/Baparekraf (2021), *Membangkitkan Storytelling via Platform Digital*, Kememparekraf.go.id. Retrieve from <https://kememparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Membangkitkan-Storytelling-via-Platform-Digital>
- Listiandre, H.K, dkk, 2021, *Tata Kelola Desa Wisata Berbasis CHSE di Desa Bakas Kabupaten Klungkung*, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 1 (2), 106 – 114. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v1i2.581>
- Peraturan Bupati Klungkung Nomor 2 Tahun 2019.
- Raho, Bernard (2007). *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ramadhian, N. (2021). *Storytelling Bikin Destinasi Wisata Makin Atraktif*, Kompas.com. Retrieve from <https://travel.kompas.com/read/2021/09/16/190700727/storytelling-bikin-destinasi-wisata-makin-atraktif>
- Serrat, Oliver. (2008). *Storytelling*. United States of America: Reed Elsevier.
- Suharto (2020). *Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan*. Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020.
- Tim Prodi. Manajemen Kepariwisata (2021). *Pelatihan Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung*. Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Poltekpar Bali: Laporan Kegiatan PKM.

Yuniar, N. (2021). *Storytelling Penting untuk Promosi Wisata*. Antara. Retieve from <https://www.antaraneews.com/berita/2234410/storytelling-penting-untuk-promosi-wisata>