



Pelatihan Bertutur (*Storytelling*) Destinasi Wisata bagi Pemangku Kepentingan di Kawasan Objek Wisata Budaya Ciung Wanara Karangkamulyan Menggunakan Asistensi *Whatsapp Group*

Dedeh Rohayati

Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Galuh
dedehrohayati2021@unigal.ac.id

Iskhak

Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Galuh
iskhakunigal@gmail.com

Andi Rustandi

Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Galuh
andru.unigal@yahoo.co.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan sumber daya para pemangku kepentingan di kawasan objek wisata budaya Ciung Wanara Desa Karangkamulyan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis melalui pelatihan keterampilan bertutur (*storytelling*) destinasi wisata menggunakan asistensi *Whatsapps Group*. Khalayak sasaran adalah para pemangku kepentingan diantaranya perwakilan perangkat desa, pengurus harian Paguyuban Kawargian Adat, pengurus harian Bumdes, Juru Pelihara, pemandu, pedagang kios, pedagang kaki lima, pedagang asongan, petugas parkir, pengurus harian Karang Taruna, dan pengurus Museum Ciung Wanara. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan interview mendalam menggunakan teknik Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*). Observasi dilakukan untuk mengamati lebih mendalam terhadap kemampuan menyusun cerita untuk *storytelling* destinasi wisata budaya Ciung Wanara Karangkamulyan. Hasil observasi (*offline* dan *online*) berupa tangkap layar, panggilan suara dan pesan suara *Whatsapp Group* dianalisa melalui beberapa tahapan: reduksi data, penyajian, reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan hasil Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*) dianalisa melalui proses *transcribing, coding, categorizing, dan interpreting*. Dampak ekonomi terlihat dari peningkatan nominal pendapatan tiket masuk sebesar 56% di hari pelaksanaan kegiatan. Sedangkan dampak sosial terlihat dari adanya peningkatan taraf pengetahuan khalayak sasaran. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa *WhatsApp Group* telah menjadi solusi dan media yang memudahkan pemangku kepentingan dalam penguasaan teknik bertutur (*storytelling*) destinasi wisata budaya Ciung Wanara. Keberhasilan peserta pelatihan mencapai 64% dari aspek pemahaman materi. Adapun asistensi yang diperoleh pemangku kepentingan di kawasan wisata ini adalah pemahaman materi bertutur (*storytelling*) termasuk definisi bertutur (*storytelling*), unsur-unsur bertutur dan menyajikan *storytelling* masing-masing mencapai 55%, serta pemahaman terhadap materi keunggulan bertutur (*storytelling*) mencapai 46%.

Kata kunci: *cerita, storytelling, Whatsapp Group*

PENDAHULUAN

Wisata budaya Ciung Wanara terletak di Desa Karangkamulyan Kabupaten Ciamis Jawa Barat. Tempat wisata budaya ini ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Kedua objek wisata budaya sangat tinggi dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat sekitarnya (Fachri, 2018; Suryani & Kumala, 2021) sebagai sumber penting untuk perkembangan perekonomian negara (Lopez-Cordova, 2020). Dengan latar belakang tersebut, tahun 2021 Desa Karangkamulyan mendapat penghargaan sebagai Desa Wisata dari Pemerintah Kabupaten Ciamis.

Objek Wisata budaya Ciung Wanara sendiri dikelola oleh Dinas Pariwisata, namun hak kepemilikan berada di bawah pemerintah Desa Karangkamulyan. Seluruh retribusi yang berasal dari objek wisata budaya tersebut seluruhnya terlebih dahulu masuk ke kas Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis. Kemudian dana ini disebut Dana Bagi Hasil Retribusi Daerah yang disingkat dengan DBHRD, karena sumber dana berasal dari sumber pendapatan desa tersebut. Bagi pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis, objek wisata budaya Ciung Wanara menjadi penyumbang terbesar pendapatan daerah. Uraian realisasi pendapatan retribusi disampaikan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Realisasi Pendapatan Retribusi Daerah Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis dari Objek Wisata Budaya Karangkamulyan

Tahun	Uraian	Target (Rp)	Capaian (Rp)	Pencapaian (%)
2017	OW Ciung Wanara	60.000.000	56.313.000	93,86
	Pedagang Kios	13.440.000	16.040.000	119,35
	MCK Karangkamulyan	7.750.000	7.750.000	100
2018	OW Ciung Wanara	60.000.000	59.715.000	99,53
	Pedagang Kios	14.440.000	15.460.000	115,03
	MCK Karangkamulyan	7.750.000	7750.000	100

2019	OW Ciung Wanarakn	60.000.000	44.590.000	74,32
	Pedagang Kios	13.440.000	13.665.000	101,67
	MCK Karangkamulyan	7.750.000	7.750.000	100
2020	OW Ciung Wanara	21.000.000	16.810.000	80,05
	Pedagang Kios	6.000.000	9.605.000	160,08
	MCK Karangkamulyan	3.500.000	3.000.000	85,71
2021	OW Ciung Wanara	11.000.000	13.622.500	123,84
	Pedagang Kios	7.500.000	9.139.000	121,85
	MCK Karangkamulyan	2.500.000	2.500.000	100

(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis)

Desa Karangkamulyan sebagai kawasan wisata budaya Ciung Wanara sangat berpotensi untuk terus dikembangkan. Perekonomian masyarakatnya sebagian besar ditopang oleh keberadaan objek wisata Ciung Wanara sehingga dengan kesadaran tinggi mereka pula berupaya menjaga, mengembangkan dan melestarikannya. Berbagai strategi telah dilakukan untuk meningkatkan volume pengunjung ke area wisata budaya Ciung Wanara. Namun demikian, jumlah volume pengunjung belum memperlihatkan kemajuan yang signifikan terutama pengunjung dari mancanegara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, Bapak Sumarna, Pejabat Sementara (PJS) Pemerintah Desa Karangkamulyan, pada tanggal 6 Desember 2021, pihaknya tidak memiliki sumber daya terlatih yang cukup mumpuni dalam bidang komunikasi verbal khususnya untuk mempromosikan destinasi wisata. Selain itu, komunikasi dengan objek wisata religi Panjalu belum dilakukan secara intens dan berkesinambungan. Komunikasi yang dimaksud bertujuan untuk mengarahkan dan meyakinkan pengunjung di objek wisata religi Panjalu bahwa wisata budaya Ciung Wanara juga layak dikunjungi.

Upaya-upaya lainnya berupa sosialisasi dan edukasi dalam rangka peningkatan sumber daya para pemangku kepentingan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Rohayati, Herlina, & Rianto, 2019; Rohayati, Rustandi, Tarwana, Nurkhasanah, & Rohana, 2021). Namun demikian, kegiatan-kegiatan

tersebut belum mampu merangkul semua pemangku kepentingan di kawasan wisata budaya Ciung Wanara ini. Kendala lainnya adalah antusiasme para pemangku kepentingan yang rendah karena mereka semuanya fokus kepada pekerjaan masing-masing sebagai pelaku usaha. Hingga akhirnya pandemi Covid-19 hadir membuat jumlah volume pengunjung menurun drastis hingga mencapai 100% sejak pandemi Covid-19.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, tujuan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut1) memotivasi para pemangku kepentingan di kawasan objek wisata budaya Ciung Wanara dalam posisi mereka sebagai agen promosi wisata agar memiliki pengetahuan bertutur (*storytelling*) destinasi wisata budaya Ciung wanara dengan baik; dan 2) memberikan pelatihan pengetahuan ketrampilan bertutur (*storytelling*) destinasi wisata kepada pemangku kepentingan di objek wisata budaya Ciung Wanara.

TIM pengabdian kepada masyarakat Universitas Galuh menganggap masyarakat di Desa Karangkamulyan sebagai khalayak sasaran yang tepat untuk dipilih. Alasannya adalah mereka layak untuk diberikan kesempatan dalam peningkatan sumber daya manusia (*empowerment*). Alasan lainnya adalah keberadaan Desa Karangkamulyan memiliki latar belakang yang menunjang tema unggulan universitas Galuh, yakni budaya, konservasi dan adanya kepentingan untuk meningkatkan ketahanan pangan (<https://lppm.unigal.ac.id/?page=menu&id=104>).

Khalayak sasaran yang dimaksud adalah 11 orang masyarakat yang ada di Desa Karangkamulyan. Mereka adalah perwakilan dari masing-masing pemangku kepentingan yang ada di area objek wisata buday Ciung Wanara, yakni, perangkat desa, Paguyuban Kawargian Adat, Bumdes, Juru Pelihara, pemandu, pedagang kios, pedagang kaki lima, pedagang asongan, petugas parkir, Karang Taruna, dan pengurus Museum Ciung Wanara. Khalayak sasaran ini memerlukan peningkatan keterampilan bertutur (*storytelling*) destinasi wisata budaya Ciung Wanara.

Dengan demikian kegiatan utama selama pengbdian kepada masyarakat ini dilakukan berdasarkan masalah seperti ditampilkan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Sasaran Kegiatan

No.	Kegiatan Utama	Masalah
1.	Ceramah, tanya jawab dan contoh kasus dengan metode Diskusi Kelompok Terfokus (<i>Forum Group Discussion</i>).	Motivasi para pemangku kepentingan di kawasan objek wisata budaya Ciung Wanara yang masih rendah.
2.	Pelatihan bertutur (<i>storytelling</i>) destinasi wisata budaya Ciung wanara meliputi definisi, unsur-unsur cerita, dan cara bertutur disajikan menggunakan <i>WhatsApp Group</i> .	Kurangnya sumber daya terlatih dalam bidang komunikasi verbal khususnya untuk mempromosikan destinasi wisata budaya Ciung wanara.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan yang berlangsung 2 hari pada tanggal 13 dan 14 Januari 2022 secara luring. Sisanya dilakukan secara daring menggunakan *WhatsAppGroup* selama 5 hari yaitu dari tanggal 20, 21, 22, 23 Januari 2022. Ada tiga metode operasional dan telah dilakukan secara luring dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Pertama, Diskusi Kelompok Terfokus/ *Forum Group Discussion* secara luring untuk membangun motivasi para pemangku kepentingan. Juga, prinsip pembelajaran orang dewasa yang diadaptasi dari Knowles (2005) dan Brown (2007) diterapkan dalam kegiatan ini. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Forum Group Discussion* atau Diskusi Kelompok Terfokus yang dilaksanakan pada tanggal 13 Januari 2022. Metode Diskusi Kelompok Terfokus/ *Forum Group*

Discussion dilakukan untuk membangkitkan motivasi dan menggali lebih dalam informasi dan pengetahuan terhadap fenomena di dunia nyata (Kvale, 1996) terutama berkenaan dengan *storytelling* untuk destinasi wisata.

Kedua, pelatihan bertutur (*storytelling*) destinasi wisata budaya Ciung Wanara secara luring dengan asistensi *WhatsApp Group* menggunakan metode ceramah dan modelling. Pelatihan ini dilakukan secara luring dan menggunakan media *WhatsApps Group* pada tanggal 13 Januari 2022. *Storytelling* diadaptasi dari Model Kim and Youn (2016) dan keunggulan *storytelling* destinasi wisata diadaptasi dari beberapa ahli (Fontana, 2013; Yavuz, Sumbul, Ergec, & Derdiyok, 2016; Van Blerk, 2019; Korez-Vide, 2017; Bassano, Barile, Piciocchi, Spohrer, Iandolo, & Fisk, 2019).

Ketiga, evaluasi pasca pelatihan secara luring menggunakan asistensi *WhatsApps Group*. Evaluasi pasca pelatihan secara luring dilakukan pada tanggal 14 Januari 2021 menggunakan asistensi *WhatsApp Group*. Evaluasi pasca pelatihan yang secara luring dilakukan untuk mengetahui pencapaian para peserta dalam menyusun cerita (*story*) untuk bahan *storytelling*. Penggunaan asistensi *WhatsApp Group* untuk pembelajaran ini selaras dengan penelitian terdahulu (Alsaleem, 2014; Adelere, 2017; Tanjung & Rohayati, 2019; Tristiana, Wuandari, & Kurniati, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak ekonomi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan keuntungan dan omzet objek wisata budaya Ciung Wanara. Alasannya adalah TIM pengabdian kepada masyarakat yang berjumlah 6 orang telah melakukan transaksi pembelian tiket masuk area situs Ciung Wanara. Harga tiket adalah Rp3.500/ orang.

Tabel 3 Capaian OW Ciung Wanara setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Capaian Dalam tahun 2021 (Rp)	Capaian per hari sebelum kegiatan		Capaian per hari setelah kegiatan		Ket.
	Capaian perhari dalam tahun 2021 (Rp)	Capaian pengunjung perhari dalam tahun 2021 (orang)	Capaian perhari dalam tahun 2021 (Rp)	Capaian pengunjung perhari dalam tahun 2021 (orang)	
13.622.500	38.000	11 orang	59.000	17 orang	Adanya penambahan volume penjualan tiket kepada 6 orang TIM pengabdian kepada masyarakat.

Simulasi pencapaian terhadap peningkatan keuntungan merujuk kepada capaian (Rp) di tahun 2021 (Lihat Tabel 1). Jumlah di tahun 2021 (Rp13.622.500) dibagi 360 hari sehingga akan didapatkan nilai rata-rata per hari untuk volume pengunjung yang membeli tiket masuk ke area situs Ciung Wanara sebesar Rp38.000/ hari. Sehingga didapat peningkatan nilai sebesar 56% atau Rp21.000 setelah kegiatan menjadi Rp59.000.

Sedangkan dari aspek sosial, mereka menjadi masyarakat yang selangkah lebih maju taraf sosialnya dengan dibekali kemampuan dan keterampilan storytelling. Dari 11 orang peserta pelatihan terdapat 7 orang yang menyelesaikan

dengan tuntas (64%). Hasil pencapaian mereka berupa unjuk kerja menulis cerita ditampilkan dalam Gambar 1, Gambar 2, Gambar 3, Gambar 4, Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7.



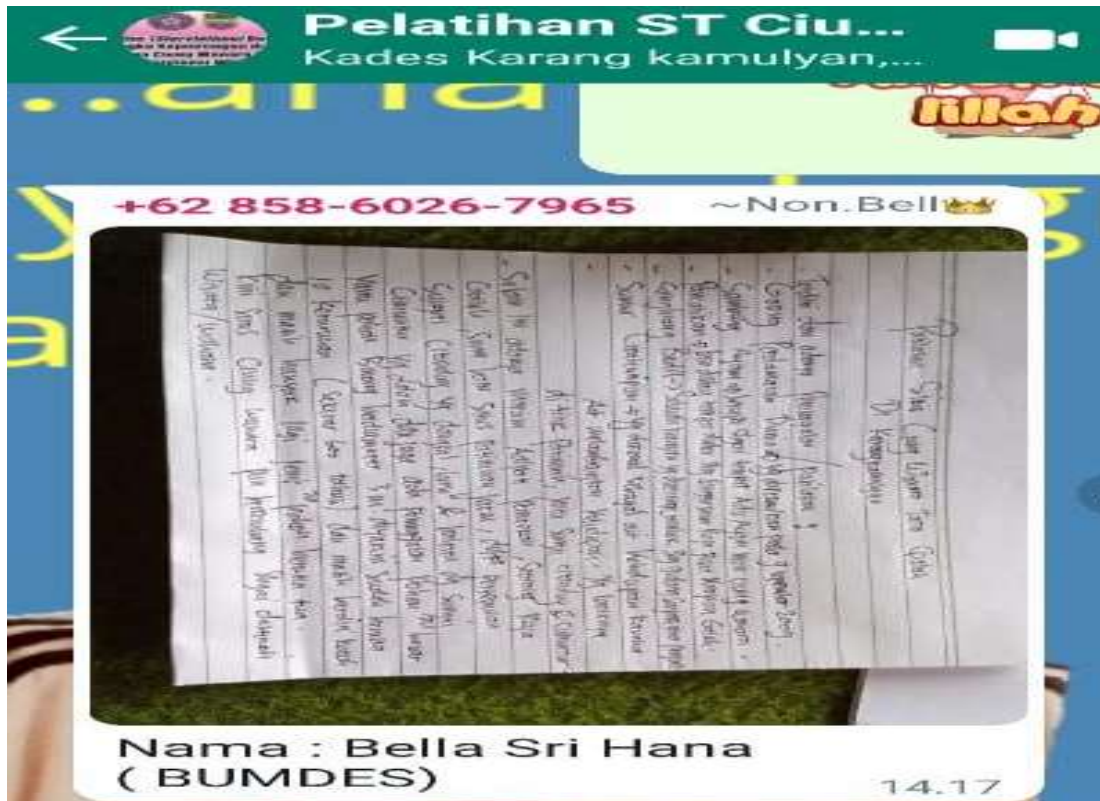
Gambar 1 Hasil unjuk kerja perwakilan pedagang kios

Gambar 1 diatas adalah hasil unjuk kerja perwakilan pedagang kios yang memanfaatkan asistansi WA Group berupa fitur foto untuk mengirim hasil pekerjaannya (tugas). Berikut ini hasil kinerja yang ditranskripkan ke dalam teks:

Saya kalau ada orang/tamu yang jajan dan bertanya tentang "Ciungwanara" akan menyampaikan penjelasan seperti berikut ini: Ciungwanara merupakan patilasan kerajaan Galuh pada abadke-7, setau saya Ciung Wanara tidak meninggal, akan tetapi tilem (lenyap) sehingga tidak tidak ada makamnya. Tapi disini dulu ada Sembilan lokasi (1) Pancalikan, (2) Pangaduan ayam, (3) Citeguh, (4) Panyandaan, (5) Lambang Peribadatan, (6) Patimuan, (7) Sanghiang bedil, (8) Adipati panaekan, (9) Sipatahunan, dan sekarang yang saya tahu ada lagi (10), Panit Kuno, (11) Bhagawat Sari Pohaci.

Menariknya, disini ada yang namanya Panyandaan dimana terdapat batu kuno yang sering dikunjungi oleh mereka yang belum punya anak. Bagi yang meyakini, setelah ziarah kesana, konon katanya ada yang berhasil hamil dan memiliki anak. Wallohualam. Di Panyandaan ada batu besar yang bisa digunakan untuk nyanda (bersandar agak merebah ke belakang).

(Sumber: Transkrip hasil unjuk kerja perwakilan pedagang kios)



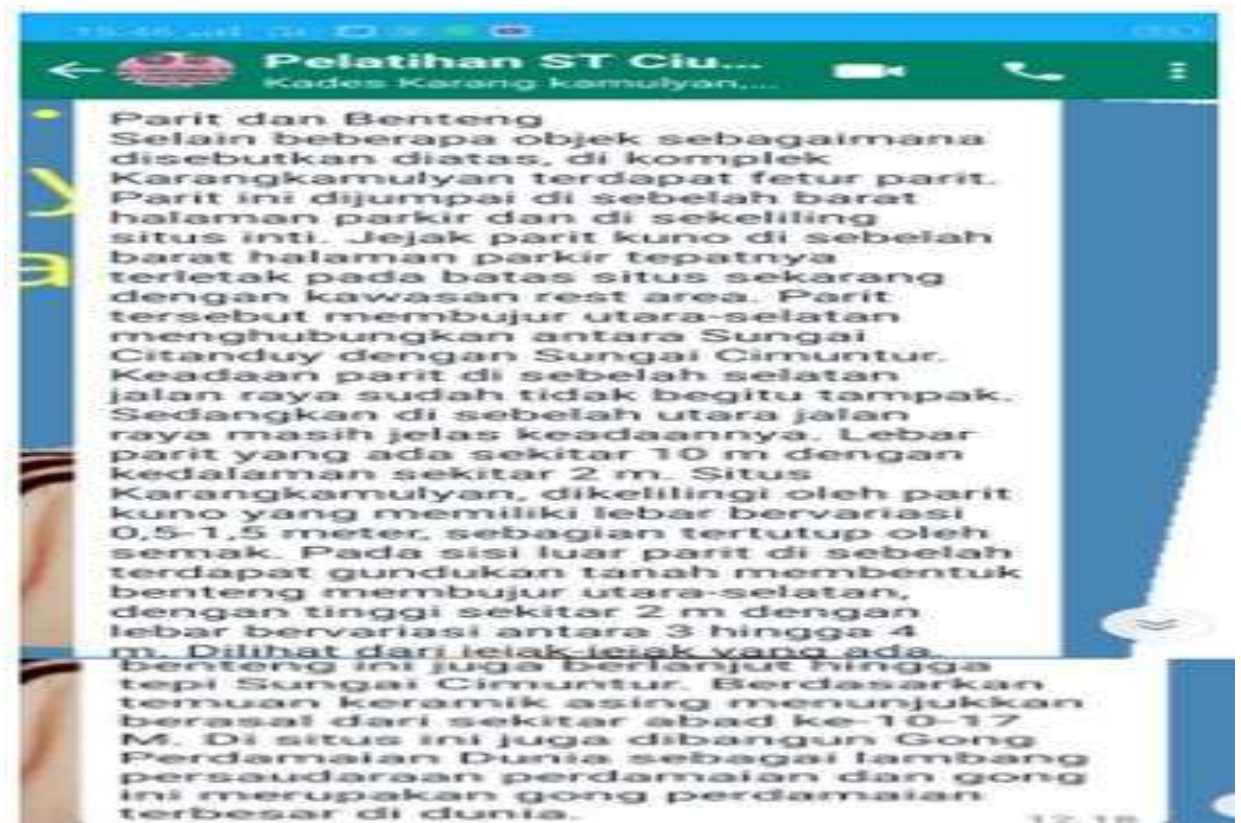
Gambar 2 Hasil unjuk kerja perwakilan Bumdes

Seperti Gambar 1, Gambar 2 adalah hasil unjuk kerja perwakilan BUMDES atau Badan Usaha Milik Desa yang memanfaatkan asistansi *WhatsApp Group* berupa fitur foto untuk pengiriman tugasnya. Berikut ini transkrip hasil unjuk kerja dalam bentuk teks:

Patilasan Situs Ciung Wanara Tara Galuh Di Karangkamulyan terdiri dari beberapa peninggalan / patilasan diantaranya Goong perdamaian dunia (diresmikan pada 9 September 2009); Sambung ayam (berupa sebagai tempat adu ayam milik Ciung Wanara); Pancalikan (disebut tempat duduk sebagai singgasana raja pusat kerajaan Galuh); Sanghiang bedil (sebuah ruangan yang dikelilingi tembok sebagai Gudang senjata para prajurit); Sumur cikahuripan (dikenal sebagai air kehidupan karena air melambangkan

kehidupan terletak dititik patimuan,yaitu sungai Citanduy & Cimuntur).Selain itu adanya makam Adipat Panaekan, seorang Raja Galuh, serta batu situs patimuan yakni, delta pertemuan sungai Citanduy yang dangkal, bersih & berbatu dengan sungai Cimuntur yang dalam. Dan juga ada peninggalan pohon-pohon besar yaitu pohon Binahong berdiameter 3M. Diyakini sudah berusia 10 keturunan (sekitar 600 tahun) dan masih berdiri kokoh dan masih banyak lagi jenis-jenis pohon berusia tua. Kini situs Ciung Wanarapun berkembang sebagai wahana/ destinasi wisata.

(Sumber, Transkrip hasil kerja perwakilan Badan Usaha Milik Desa)

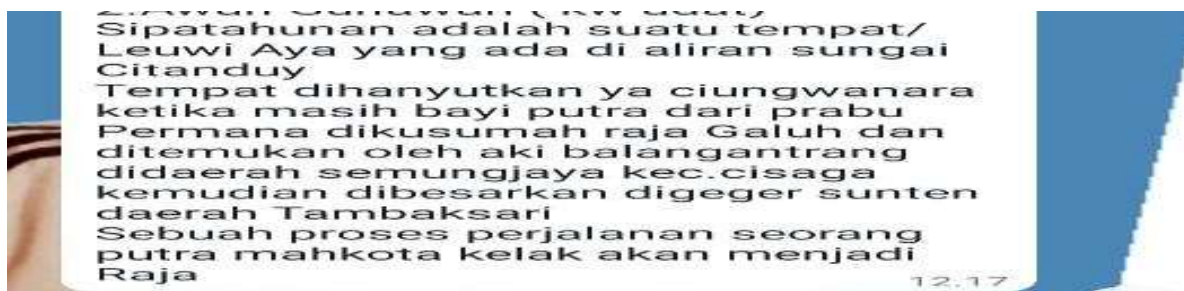


Gambar 3 Hasil unjuk kerja perwakilan Karang Taruna

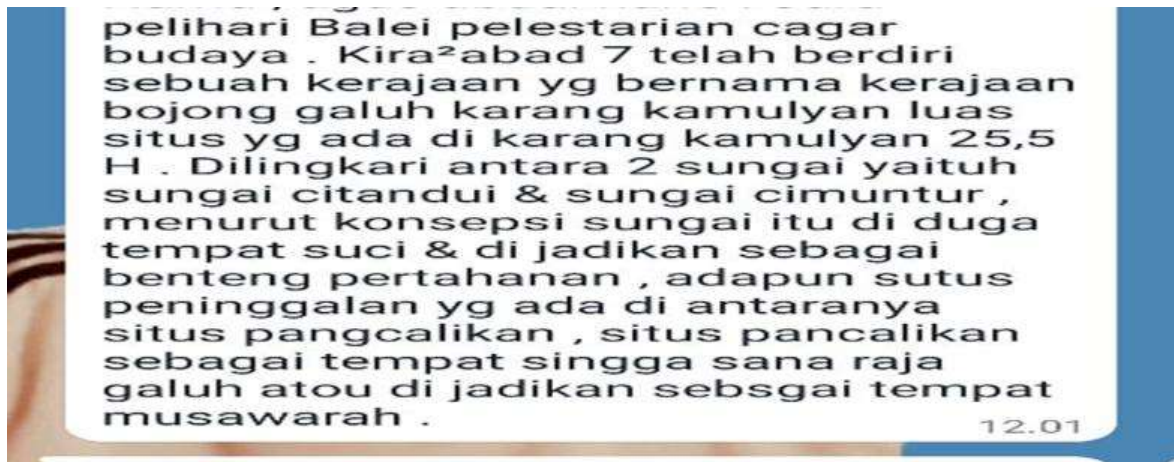


Gambar 4 Hasil unjuk kerja perwakilan Penjaga Museum

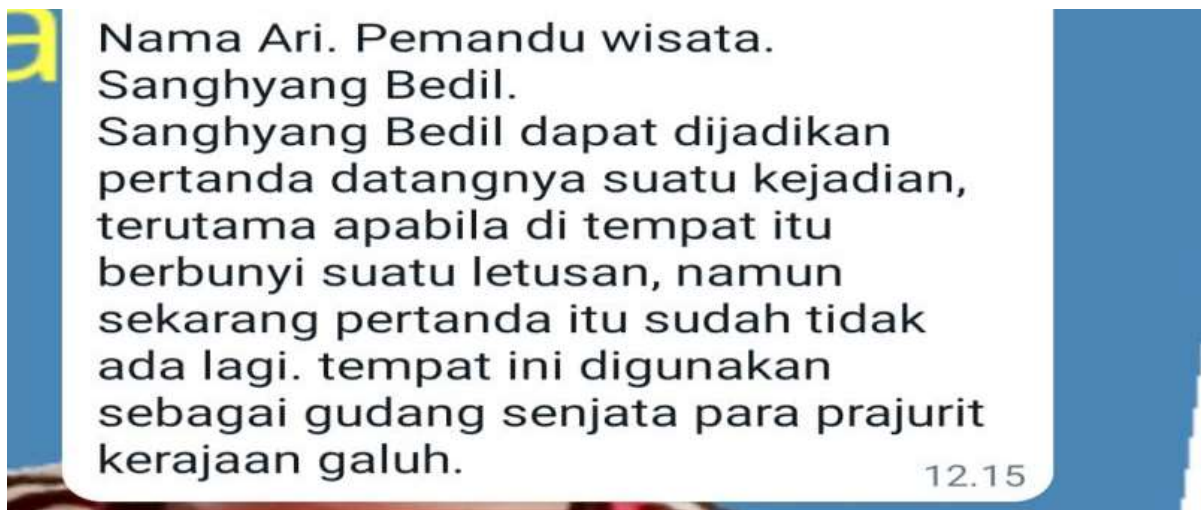
Gambar 4 dan Gambar 5 adalah tangkap layar yang dikompilasi dari hasil unjuk kerja. Gambar 4 kompilasi tangkaplayar perwakilan Karang Taruna dan Gambar 5 kompilasi tangkap layar penjaga Museum yang memaparkan cerita lebih panjang. Penuturan yang panjang menunjukkan gaya penuturan yang berlandaskan model Kim dan Youn (2016), yakni konten dan penyajian yang baik.



Gambar 5 Hasil unjuk kerja Perwakilan Kawargian Adat



Gambar 6 Hasil unjuk kerja perwakilan Juru Pelihara



Gambar 7 Hasil unjuk kerja perwakilan Pemandu

Sedangkan untuk Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7 menampilkan hasil unjuk kerja yang masih lemah dari segi kontendan penyajian. Dengan demikian, hasil-hasil tersebut belum memenuhi kriteria yang diusulkan oleh Kim dan Youn (2016).

Adapun asistensi yang diperoleh pemangku kepentingan di kawasan wisata ini adalah pemahaman terhadap materi bertutur (storytelling) termasuk definisi bertutur (storytelling), keunggulan bertutur (storytelling), unsur-unsur bertutur, dan pemahaman menyajikan storytelling yang dapat digambarkan dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Pemahaman pemangku kepentingan terhadap materi bertutur (storytelling)

No.	Pemangku Kepentingan (PK)	Materi tentang bertutur (storytelling)			
		Definisi	Keunggulan	Unsur- unsur bertutur	Cara menyajikan storytelling
1.	PK 1	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab
2.	PK 2	Betul	Betul	Betul	Betul
3.	PK 3	Betul	Tdk. Menjawab	Betul	Betul
4.	PK 4	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab
5.	PK 5	Betul	Betul	Betul	Betul
6.	PK 6	Betul	Betul	Betul	Betul
7.	PK 7	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab
8.	PK 8	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab
9.	PK 9	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab	Tdk. Menjawab
10	PK 10	Betul	Betul	Betul	Betul
11	PK 11	Betul	Betul	Betul	Betul
	Total	55%	46%	55%	55%

Kontribusi Mitra

Kontribusi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa kesediaannya menjadi panitia untuk mengumumkan kegiatan, memilih, dan mengundang peserta pelatihan. Selain itu, mitra juga memberikan subsidi tempat pelaksanaan pelatihan secara cuma-cuma, yaitu sebuah gazebo yang baru dibangun tahun 2019 di area Sipatahunan.

Faktor Yang Menghambat/Kendala, Faktor Yang Mendukung dan Tindak Lanjut

Faktor yang menghambat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah karakteristik pemelajar yang sudah dewasa dan sudah bekerja. Sedangkan faktor pendukungnya adalah keberadaan objek wisata budaya Ciung Wanara, dengan wahana barunya, Sipatahun sebagai tempat pelaksanaan pelatihan. Selain itu, kekompakan dan kedisiplinan seluruh pemangku kepentingan saat memulai pelatihan dan mengakhiri pelatihan hingga tuntas.

Solusi dari permasalahan tersebut diatas adalah komunikasi via *WhatsApp Group* untuk melakukan umpan balik. Tindak lanjutnya berupa pemberian pertanyaan mudah mengenai materi *storytelling*. Pertanyaan yang diajukan hanya membutuhkan jawaban Ya atau Tidak. Adapun rencana selanjutnya adalah pengembangan Desa Karangkamulyan sebagai desa binaan (bahkan *research resident*). Menurut Inkeles dan Smith (1974, hal. 15-35), desa binaan memiliki karakteristik diantaranya terbuka terhadap pengalaman baru, adanya kesiapan untuk menghadapi dan mengalami perubahan sosial, rasionalitas, aspirasi pendidikan, dll. Contoh pengembangan desa binaan bertujuan agar masyarakat berperan aktif dalam pengelolaan dan pemanfaatan potensi desa yang ada (Saepudin, Kamarubiani, & Shantini, 2020). Langkah strategis untuk realisasi selanjutnya adalah melakukan koordinasi dan konsolidasi dengan perangkat Desa Karangkamulyan sebagai mitra dan semua pemangku kepentingan dengan melakukan analisis masalah dan kebutuhan (Rasyid, 2020). Pada akhirnya, Desa Karangkamulyan akan menjadi objek pengabdian kepada masyarakat dalam usulan-usulan selanjutnya, dengan skema, topik, subjek, dan masalah yang berbeda.

SIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilakukan dalam bentuk pelatihan keterampilan bertutur (*storytelling*) destinasi wisata menggunakan

asistensi *Whatapps Group*. Khalayak sasaran telah mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dengan mudah menggunakan WhatsApp Group. Selain itu, dampak ekonomi sosial juga mereka dapatkan dari aspek peningkatan keuntungan dan peningkatan taraf sosial.

Penggunaan media WhatsApp Group ini telah menjadi solusi yang tepat karena kemudahannya dalam pelatihan penguasaan tehnik bertutur (*storytelling*) destinasi wisata budaya Ciung Wanara. Berbagai fitur digunakan seperti dari *Chat* (Pesan Tulisan), *Audio* (Pesan suara/ *voice note*), foto, video, *emoticon/ symbol/ sticker*, dan pengaturan fitur komentar. Semua fitur ini digunakan sejak memulai dan mengakhiri pelatihan

Saran

Beberapa saran ditujukan kepada khalayak sasaran, mitra, dan TIM pengabdian epada masyarakat. Pertama, khalayak sasaran diharapkan untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah didapat selama pelatihan baik secara mandiri maupun berkelompok; juga, khalayak sasaran harus senantiasa membuka akses terhadap perkembangan ilmu pengetahuan sesuai kebutuhan. Kedua, pihak mitra harus mampu membuka diri terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan peningkatan ilmu pengetahuan dan keterampilan masyarakatnya, membntu mencari akses terhadap sumber-sumber pengetahuan yang dapat meningkatkan keterampilan masyarakatnya dengan tangan terbuka. Ketiga, TIM pengabdian kepada masyarakat diharapkan melakukan analisis masalah dan kebutuhan terhadap mitra agar kegiatan pengabdian lebih tepat sasaran, sehingga metode, topik, dan hasil pengabdian akan lebih memperkaya pengetahuan mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

TIM Pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Galuh yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelore, O. 2017. Using whatsapp mobile application as tutorial delivery tool for advanced level learners in adult literacy programmes: lessons learned. African journal for the psychological study of social issues. Vol 20, no 1.
- Alsaleem, B. I. A. (2014). The Effect of “WhatsApp” electronic dialogue journaling on improving writing vocabulary word choice and voice of EFL undergraduate Saudi students. 21st Century Academic Forum Conference at Harvard Boston, MA U.S.A. Official Conference Proceedings. Boston, MA U.S.A. ISSN: 2330-1236 (online).
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J.C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities* 87 (2019) 10–20.
- Brown, H. 2007. Principles of Language Learning and Teaching. NY: Pearson Education Inc.
- Fachri, S. (2018). Objek wisata religi: Potensi dan dampak sosial-ekonomi bagi masyarakat lokal (studi kasus pada Makam Syekh Mansyur Cikadueun, Pandeglang). *Syiar Iqtishadi Journal of Islamic Economics Finance and Banking* 2(1):25. DOI:10.35448/jiec.v2i1.3412; 2018.
- Fontana, A. (2013). *Manuale di Storytelling: Raccontare con efficacia prodotti, marchi e identità d'impresa*. Etas.
- Inkeles, A., & Smith, D.H. (1974). *Becoming modern individual change in six developing countries*. Cambridge/ Massachusetts: Harvard University Press.
- Kim, J. & Youn, H. (2016). How to Design and Deliver Stories about Tourism Destinations. *Journal of Travel Research* 1–13.
- Knowles, M. (2005). *The Adult Learner*. London Elsevier Butter Worth Heineman.
- Korez-Vide, R. (2017). Storytelling in sustainable tourism management: challenges and opportunities for Slovenia. *Journal of Advanced Management Science* Vol. 5, No. 5.
- Kvale, S. (1996). *Interview Views An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA Sage Publications, 1996.
- Lopez-Cordova, E. (2020). Digital platforms and the demand for international tourism services. In Policy Research Working Paper 9147. World bank Group: Finance, Competitiveness and Innovation Global Practice.

- Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldana, J. (2014) *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage, London.
- Rasyid, M. (2020). Penguatan kapasitas desa binaan melalui program laboratorium Desa Di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat, [S.l.]*, v. 2, n. 1, hal. 39-48, doi: <https://doi.org/10.32503/cendekia.v2i1.875>.
- Rohayati, D., Herlina, R., & Rianto, B. (2019). Pelatihan bahasa Inggris untuk paguyuban pedagang “Kawargian Adat” dengan metode roject-based Learning. *Abdimas Galuh*, 1(1), 1-7.
- Rohayati, D., Rustandi, A., Tarwana, W., Nurkhasanah, I., & Rohana, A. (2021). Pelatihan English questions bagi para petugas parkir di kawasan wisata budaya Ciung Wanara Karangmulyan. *Abdimas Galuh Volume 3, Nomor 1, Maret 2021*, 17-31.
- Saepudin, A., Kamarubiani, N, & Shantini, Y. (2020). Pengembangan desa binaan untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat (Studi pada Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat). *E-Coops-Day Vol. 1, No. 2*, hal. 137-144.
- Suryani, Y. & Kumala, V. (2021). Magnet wisata religi sebagaiperkembangan ekonomi masyarakat di Kurai Taji kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian. Vol.2 No.1 Juni 2021*.
- Tanjung, R. & Rohayati, D. (2019). Pemanfaatan grup whatsapp pada pengajaran bahasa Inggris terhadap pramusaji *seafood restaurant* di pasar ikan pantai timur Pangandaran. *JURNAL KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITAS Vol. 3, No. 2*, hal. 162-182.
- Tristiana, N.E., Wuandari, F., &Kurniati (2020). Kursus singkat bahasa Inggris gratis secara daring bagi siswa elas 12 SMA/SMK pada masa pandemic. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, Vol. 4 No. 2*.
- Van Blerk, J. (2019). *FEST Survey on Storytelling in Heritage Contexts*. Federation of European Storytelling.
- Yavuz, M. C., Sumbul, M., Ergec, N. E., & Derdiyok, I. C. (2016). Storytelling in destination brandcommunication: A qualitative analysis. *International Interdisciplinary Business-Economics AdvancemenJournal*, 1(2), 63-72.