

Pelatihan *Storytelling* Sebagai Media Promosi Wisata Edukasi Berbasis Cagar Budaya Di Pantai Sumur Tujuh Kabupaten Bangka Tengah

Hardyanti¹, Mutiara Ulpa¹, Bagus Anggara²

¹Fakultas Pariwisata, Institut Citra Internasional, Indonesia

²Fakultas Pariwisata, Universitas Bumigora, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diserahkan:

29/04/2025

Direvisi:

12/05/2025

Diterima

20/05/2025

Keywords:

Destinasi Pariwisata,
Promosi,
Storytelling,

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Pelatihan Storytelling sebagai media promosi wisata edukasi berbasis cagar budaya di Pantai Sumur Tujuh Koba, Kabupaten Bangka Tengah” ini dilakukan untuk membantu pengelola objek wisata Pantai Sumur Tujuh dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku wisata yang masih menjadi kendala. Untuk bisa menjadikan objek wisata Pantai Sumur Tujuh dikenal sebagai perpaduan wisata alam dan wisata edukasi berbasis cagar budaya oleh calon wisatawan diperlukan kemampuan pengelolaan dan promosi yang baik. Pada kegiatan PKM ini pengelola, kelompok sadar wisata dan Pemandu lokal diberi upaya penguatan produk wisata berupa pelatihan storytelling. Pelatihan tersebut terdiri dari dua tahap. Tahap pertama berupa pelatihan terkait penguatan storytelling terhadap produk wisatanya. Tahap dua berupa Pembuatan guide script dan pengemasan paket wisata berbasis digital. Keberhasilan dari PKM ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat identitas budaya lokal, meningkatkan efektivitas tata kelola destinasi dan peningkatakan SDM melalui metode storytelling sehingga menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Pantai Sumur Tujuh.

Corresponding author email: hardtyanti@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
Copyright@ Author (2025).

1. PENDAHULUAN

Secara Administratif objek wisata Pantai Sumur Tujuh atau dikenal dengan nama lokal Perigi Tujuh, masuk dalam wilayah Koba Kabupaten Bangka Tengah. Pantai Sumur Tujuh telah resmi menjadi cagar budaya, dan salah satu pantai yang memiliki artefak Sejarah kolonial di Bangka Tengah. Keberadaan situs Sumur Tujuh ini pernah digunakan untuk pembuatan garam di zaman jepang 1943. Wisata marina Pantai sumur tujuh dikelola oleh Pokdarwis sebagai wujud dari konsep *Community Based Tourism*, dimana masyarakat desa yang berada di wilayah pariwisata mengembangkan potensinya baik potensinya baik potensi sumber daya alam, budaya dan potensi sumber daya manusianya. Pariwisata berbasis masyarakat adalah cara mengembangkan wisata dengan warga setempat secara langsung untuk ikut serta dalam merencanakan, menjalankan dan menikmati

hasil dari kegiatan wisata yang menyatu dengan ekonomi lokal [1].

Pengembangan sebuah destinasi memerlukan strategi pengelolaan, pemasaran yang efektif sehingga pemanfaatan dari potensi wisata alam dan budaya mampu meningkatkan perekonomian Masyarakat serta melestarikan keaslian budaya lokal setempat. Menurut Prof Azril Azhari pakar pariwisata berkelanjutan mengungkapkan upaya efektif dalam meningkatkan potensi desa wisata adalah dengan menerapkan pendekatan *storytelling* atau kecakapan dalam bertutur. *Storytelling* adalah kegiatan menceritakan suatu cerita, baik yang dilakukan secara manual maupun dengan menggunakan media teknologi dan internet. *Storytelling* merupakan media informasi yang dalam bentuk cerita atau naratif, yang menggunakan berbagai elemen. *Storytelling* bisa menjadi alat yang efektif untuk digunakan sebagai *destination branding* cerita dipetik secara akurat dan sesuai dengan kondisi [2]. Secara tidak langsung, pengalaman berwisata dengan *storytelling* akan membawa makna tersendiri bagi setiap destinasi. Dengan *storytelling* dapat membuat suatu daya tarik wisata menjadi semakin menarik dan membuat penasaran para wisatawan. Selain bermanfaat sebagai media promosi wisata, dengan *storytelling* yang baik, wisatawan akan mendapatkan pengalaman berbeda dalam berwisata atau yang menjadi tren saat ini disebut *experiential tourism*.

Didukung juga adanya program dari Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2021 dalam virtual audiensi dengan *Natgeo-Disneys* bahwasanya memprioritaskan destinasi melalui rencana strategi promosi wisata berbasis *storytelling*. Melalui *storytelling* para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif dapat memperkenalkan produk atau karya berdasarkan nilai filosofi yang terkandung didalamnya. Merujuk pada destinasi wisata Pantai Sumur Tujuh, berdasarkan dari pengamatan langsung dan juga pernyataan ketua Pokdarwis Bapak syarif Pantai Sumur Tujuh sekaligus pengelola destinasi tersebut, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, menganggap bahwa kondisi yang ada belum efektif didukung dengan ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki kapasitas dalam mengelola destinasi yang berkualitas, yang salah satunya adalah kemampuan melakukan promosi. Disisi lain mereka layak untuk diberikan kesempatan peningkatan sumber daya manusia (*Empowerment*). Sehingga memiliki Sumber Daya Manusia yang kompeten promosi yang tepat terkait keberadaan objek wisata Pantai Sumur Tujuh sebagai wisata budaya akan dikenal secara luas oleh calon wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Kabupaten Bangkah Tengah

Turis Tujuan Pusat Bangka Daerah	Jumlah Pengunjung (Orang)				
	2020	2021	2022	2023	2024
	127.126	130.374	149.947	149.947	444.147

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang tercantum pada Tabel 1 diatas, terjadinya peningkatan jumlah kunjungan dari tahun ke tahun di daerah kabupaten Bangka Tengah, tingkat kunjungan membuktikan bahwasanya beberapa destinasi di Bangka Tengah salah satunya Pantai Sumur Tujuh menjadi destinasi paling diminati sampai saat ini. Disisi lain kawasan ini dilindungi tertuang dalam UU RI Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan Perda Bateng Nomor 10 Tahun Cagar Budaya. Jumlah kunjungan wisatawan adalah bagian untuk menilai seberapa berhasil sektor pariwisata dalam menciptakan pengaruh pada masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan PAD daerah [4]. Sehingga pada pengembangannya Pantai Sumur Tujuh memerlukan penataan

destinasi baik manajemen pengelolaan maupun kompetensi sumber daya manusia sebagai wujud mempertahankan wisata bahari dan cagar budaya menuju destinasi yang berkualitas.

Tim Pengabdian Masyarakat Institut Citra Internasional Prodi Pariwisata menjawab kebutuhan pengelola objek wisata Pantai Sumur Tujuh dengan diperlukan upaya penguatan produk berupa *storytelling* sebagai bagian dari pemasaran, memberikan pelatihan kepada anggota Pokdarwis dengan tema “Pelatihan *Storytelling* sebagai media promosi wisata edukasi berbasis cagar budaya di Pantai Sumur Tujuh Koba, Kabupaten Bangka Tengah”. Teknik *storytelling* pada destinasi wisata dapat digunakan di berbagai daya tarik digunakan di berbagai daya tarik promosi. Pasalnya cerita lisan merupakan salah satu budaya yang banyak berkembang di masyarakat.



Sumber : Tim PKM 2024

Gambar 1 Tim Melakukan Survei Partisipatif bersama Pokdarwis

Mitra dari kegiatan ini yakni pokdarwis objek wisata Pantai Sumur Tujuh. Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu sumber daya manusia yang dirasa kurang akan pengetahuan dan keterampilan sebagai pemandu lokal, media promosi yang terbatas khususnya promosi yang efektif di era digitalisasi. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama mitra maka Tim PKM menawarkan solusi dari permasalahan yakni dengan memberikan pelatihan kepada SDM terkhusus pemandu lokal dan pengelola destinasi tentang kecakapan dan keterampilan membuat cerita atau *storytelling* kemudian di kemas dalam bentuk paket wisata edukasi serta dipromosikan melalui pemanfaatan platform digital media sosial seperti Instagram dan tiktok.

2. METODE PELAKSANAAN

Pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), melalui metode partisipatif diantaranya survei partisipatif, *Forum Group Discussion* (FGD), pelatihan dan pendampingan partisipatif, monitoring dan evaluasi partisipatif. Pendekatan partisipatif merupakan cara untuk menentukan apa yang dibutuhkan dalam pembangunan daerah dan desa dengan menjadikan masyarakat sebagai penggerak utama [3] [4], sehingga keseluruhan rangkaian tersebut dapat menekankan keterlibatan aktif dan setara dari masyarakat atau Podarwis sebagai mitra utama, bukan hanya sebagai penerima manfaat pasif [5]. Kegiatan ini, dilaksanakan dalam 2 (dua) tahapan diantaranya yaitu persiapan, *pre-test*, pelaksanaan inti kegiatan dan *post-test* serta evaluasi. Tujuan dari adanya program memberikan pengajaran baik secara teoritis dan praktik tentang bagaimana mempromosikan sebuah destinasi melalui metode bertutur (*storytelling*). Secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Pelaksanaan PkM 2024

No	Kegiatan	Masalah
1	Melakukan Forum Group Discussion (FGD) dengan Pokdarwis Pantai Sumur Tujuh	Memberikan arahan tata kelola yang terstruktur pada sebuah destinasi
2	Program Penguatan Destinasi melalui <i>storytelling</i> mencakup definisi, narasi cerita dan penggunaan narasi yang efektif berbasis digital	Kurang pemahaman pada sumber daya manusia khususnya yang berperan sebagai pemandu lokal

Sumber: Data Diolah Pribadi 2024

Implementasi dari kegiatan ini terdiri dari survei permasalahan, kemudian terlaksana FGD (*Forum Group Discussion*) dan elatihan bertutur (*storytelling*) yang berlangsung 2 hari pada tanggal 10,11 dan 12 Desember 2024 secara luring. Evaluasi dilakukan secara daring selama 5 (lima) hari. Pada pelaksanaan pelatihan diikuti sebanyak 15 peserta dari kelompok pokdarwis (9 orang) dan kelompok masyarakat lokal seperti UMKM dan kelompok tani Tsahang atau lada (6 orang). Tahapan dalam pelaksanaan kegiatan ini, sebagai berikut:

- 1) Pada tahap pertama program ini, 10 Desember 2024, Tim PKM melakukan survei dan pemetaan tata kelola destinasi cagar budaya pantai Sumur Tujuh dan melalui wawancara mendalam yang mengacu pada prinsip pembelajaran yang diadopsi dari [6]. Metode diskusi kelompok terfokus pada pokdarwis dan UMKM dan kelompok tani, kemudian melakukan pre-test untuk mengukur pengenalan dan pemahaman pada metode bertutur atau Strytelling.
- 2) Kedua, terlaksananya Pelatihan kepada SDM tentang Kecakapan dan keterampilan membuat cerita atau *storytelling* kemudian di kemas dalam bentuk paket wisata edukasi serta dipromosikan melalui pemanfaatan platform digital. Pada tahap ini dibahas mengenai tata kelola destinasi wisata budaya terutama berkenaan dengan *storytelling* untuk destinasi wisata budaya. Mengacu definisi para ahli, keunggulan bertutur (*storytelling*) dari perspektif pemasaran sebagai elemen cerita sehingga bisa dimuat dalam bahan promosi [7]. *Storytelling* sebagai alat untuk melakukan kegiatan promosi dengan konsep destination branding. Sehingga pada pengabdian ini memberikan pelatihan *storytelling* guna mengemas daya tarik wisata pantai Sumur Tujuh untuk meningkatkan efektivitas destinasi yang bernilai dan menarik banyak wisatawan, memperkuat minat dan skill pemandu wisata tentang destinasi serta pemanfaatan perkembangan alat internet untuk menjangkau wisatawan dengan elemen cerita yang kuat serta pembuatan poster paket wisata edukasi di promosikan melalui media sosial Instagram dan terbentuknya guide script untuk kesiapan pemandu lokal dalam melayani wisatawan.
- 3) Ketiga, evaluasi dan post-test, kegiatan PKM ini diakhir dengan post-test serta evaluasi timbal balik dari penetapan guide script bagi pemandu lokal, dilakukan secara luring pada tanggal 15-19 desember 2024. Mengukur pencapaian hasil dari pelatihan penyusunan bahan *storytelling* untuk dimuat di cerita destinasi yang mencakup kesiapan pemandu lokal dan pengelola pantai Sumur Tujuh kedepannya dengan tujuan mencapai destinasi wisata edukasi berbasis cagar budaya sebagai wujud pariwisata berkualitas.

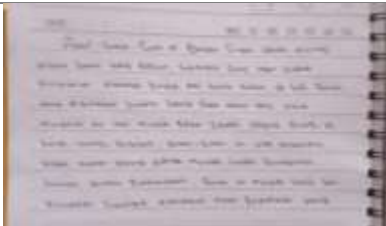
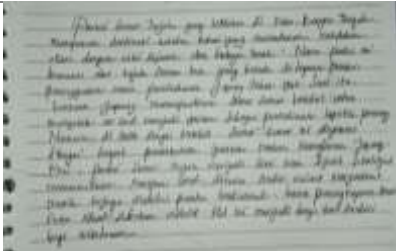
3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan kegiatan PKM

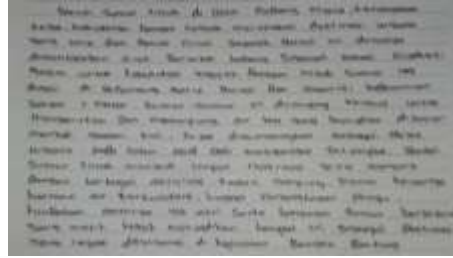
Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini berupa pelatihan yang berlangsung selama 1 (satu) bulan, yaitu pada November, dengan pelatihan 1 (satu) minggu sekali. Peserta pelatihan ini adalah anggota Pokdarwis Pantai Sumur Tuh yang berjumlah 15 (lima belas) orang. Hasil dari kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) mengungkapkan bahwa Pengelola Pantai Sumur Tuh sangat mendukung adanya Pelatihan pengembangan tata kelola wisata cagar budaya dapat memberikan dampak positif yang nyata terhadap penataan destinasi yang menarik wisatawan untuk berkunjung dengan memperkenalkan sisi edukasi dari destinasi nantinya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Motivasi akan peserta keikutsertaan dalam kegiatan ini menjadikan pengelola Pantai Sumur Tuh mampu menyajikan layanan wisata edukasi berbasis cagar budaya yang bernilai bagi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Kegiatan pelatihan diawali dengan memberikan pre-test kepada peserta pelatihan. Poin-poin pertanyaan dalam pretest mencakup pernah atau tidaknya peserta mengikuti pelatihan *storytelling*, pemahaman tentang manfaat *storytelling* dan langkah-langkah yang harus dilakukan saat akan melakukan *storytelling*. Hasil pre-test menunjukkan bahwa semua peserta belum pernah mengikuti pelatihan *storytelling* namun mereka mengerti apa yang dimaksud dalam narasi dasar cerita, belum memahami cara mengemas cerita serta manfaatnya bagi destinasi wisata. Oleh sebab itu, setelah dilakukan pre-test kegiatan ini dilanjutkan dengan pelatihan pemberian materi pelatihan yang mencakup pengertian dan konsep *storytelling*, digital *storytelling* dan manfaat bagi destination branding. Simulasi penggunaan *storytelling* untuk daya tarik wisata baik alam, budaya dan kearifan lokal Pantai Sumur Tuh sebagai bahan guide script di dalam paket wisata untuk penunjang utama promosi yang efektif. Peserta yang dibagi menjadi 3 kelompok, menulis narasi tentang daya tarik wisata Pantai Sumur Tuh.

Tabel 3. Pembuatan Narasi

Nama	Narasi daya Tarik Wisata Pantai Sumur Tuh
Kelompok 1	
Kelompok 2	

Kelompok 3



Sumber : Data diolah Pribadi 2024

Berdasarkan pada simulasi pembuatan narasi, para peserta yang terbentuk dalam kelompok mampu membuat narasi yang menarik, dapat menerapkan penggunaan bahasa yang baik dan benar, sehingga Tim PKM mengusulkan bahan narasi tersebut dikemas dengan menarik dan di terapkan ke dalam naskah pemandu lokal khususnya pada pelayanan paket wisata edukasi. Adanya metode ini juga mendukung UMKM dalam mempromosikan produknya, meminta para tamu untuk membeli makanan buatan lokal atau mendukung acara lokal dengan menampilkan produk UMKM dan keragaman budaya lokal pada destinasi wisata Pantai Sumur Tujuh.



Sumber: Tim PKM (2024)

Gambar 2 Tim PKM melakukan FGD & Pelatihan

3.2 Hasil Kegiatan PKM

Hasil kegiatan pelatihan bertutur (*storytelling*) seperti materi *storytelling* maupun simulasi/praktik, tim melakukan perbaikan narasi yang menarik untuk pemandu lokal sampaikan ke wisatawan. Peserta memahami maksud dan tujuan pelatihan ini sehingga proses pelatihan berlangsung cepat dan efisien. *Storytelling* tidak hanya membuat destinasi wisata makin atraktif tetapi bahkan dapat membuat terkesan seperti baru. Sedangkan sumber *storytelling* bisa berasal dari sejarah, tradisi, seni budaya atraksi wisata, dan kuliner [8]. Sebagai salah satu solusi yang ditawarkan untuk mengatasi kendala di lokasi wisata. Di sisi lain Tim PKM juga mengedukasi keterampilan *storytelling* membuat cerita atau *storytelling* salah satu efektif mempromosikan produk wisata melalui platfrom digital. Hal dapat terlihat melalui pre-test dan post-test.

Tabel 3 Hasil Pre-Test Dan Post-Test.

Kegiatan	Pre-test	Post-test
Tahap 1	46,1	84,0
Tahap 2	56,3	88,3

Sumber: Data diolah Pribadi 2024

Tim PKM juga melakukan pengemasan produk paket wisata edukasi berbasis cagar budaya berdasarkan kebutuhan pengelola destinasi dan juga sebagai media untuk pemandu lokal dalam mempromosikan keunikan dari Pantai Sumur Tujuh. Paket wisata simulasi pembuatan garam di Pantai Sumur Tujuh memiliki potensi besar untuk menjadi alat pelestarian cagar budaya yang berkelanjutan melalui perencanaan yang efisien. Kegiatan ini dapat meningkatkan kesadaran sejarah memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, dan memastikan bahwa jejak masa lalu di Pantai Sumur Tujuh tetap terjaga untuk generasi yang akan datang.



Sumber : Tim PKM 2024

Gambar 3 Paket Wisata Edukasi Pantai Sumur Tujuh

Berdasarkan hasil dari adanya *Forum Group Discussion* (FGD) bersama Pokdarwis, besar potensi destinasi Pantai Sumur Tujuh ini, membentuk paket wisata edukasi, mengingat di pantai Sumur Tujuh menjadi terbaik lokasi kegiatan lapangan bagi siswa SD dan SMP, maka dengan terbentuknya paket wisata akan semakin terkelola dengan baik, Namun beberapa hal juga dalam perancangan paket wisata simulasi pembuatan garam ini, tetap menitikberatkan pada : (1) Bentuk penghormatan terhadap cagar budaya namun tidak merusak atau bahkan mengganggu keaslian sumur dan sekitarnya, (2) Melestarikan cagar budaya melalui kegiatan edukasi, wisatawan juga akan mendapatkan nilai budaya dari pembuatan garam di masa pendudukan jepang.

Lebih lanjut, integrasi wisata edukasi berbasis cagar budaya dapat membuka peluang baru dalam pemasaran cagar budaya lokal, yang selama ini dikenal dikalangan regional [10]. Dengan memperkenalkan cagar budaya sebagai keunikan dan unggulan desa melalui pengalaman wisata yang bernilai [11], maka diperluka peran seorang pemandu wisata atau *tour guide* yang bisa membantu untuk menjelaskan segala sesuatu yang ingin diketahui tentang objek wisata yang dikunjungi [12]. Karena sebuah perjalanan wisata tidak akan lengkap tanpa disertai seorang pemandu wisata.



Sumber: Tim PKM 2024

Gambar 4 Guide Script Paket wisata edukasi Pantai Sumur Tujuh

Tim PKM menyusun naskah paket wisata edukasi pembuatan garam dengan menyesuaikan hasil dari diskusi Bersama sehingga kesiapan dalam meningkatkan pelayanan pada wisatawan akan semakin terstruktur.

3.3 Capaian dan Indikator Keberhasilan Kegiatan PKM

Keberhasilan utama yang dicapai dalam kegiatan PKM di Pantai Sumur Tujuh terletak pada peningkatan keterampilan individu, dan pengenalan pelestarian cagar budaya serta penguatan ekonomi lokal. Didukung peserta memahami materi *storytelling* lebih dari 88% pada post-test. Melalui pelatihan *storytelling* dan pengemasan paket wisata menunjukkan bentuk capaian dari kegiatan ini, sehingga tim PKM mengharapkan capaian dari paket wisata edukasi berbasis cagar budaya sebagai wadah pembelajaran tentang simulasi pembuatan garam pasir dan memahami sejarah awal adanya Tujuh Sumur yang mengandung unsur – unsur budaya, cerita kelam yang terjadi pada masa lalu dan perpaduan keindahan pemandangan pantai yang memukau, akan termuat dalam narasi cerita menarik oleh pemandu lokal Pantai Sumur Tujuh.

Secara teknik kegiatan PKM ini berjalan dengan baik, memenuhi kebutuhan dan harapan peserta dan narasumber dinilai tepat dalam menyampaikan materi sehingga secara spesifik peserta merasa puas dengan kegiatan ini, dan berharap dapat berkelanjutan secara perlahan direalisasikan di objek

wisata Pantai Sumur Tujuh. Dampak dari kegiatan ini tentunya menjawab permasalahan mitra terkait perbaikan tata kelola destinasi yang inklusif peningkatan perekonomian lokal dan SDM yang unggul dan berdaya saing serta promosi efektif yang berpengaruh pada peningkatan jumlah kunjungan wisata.

Tabel 4 Hasil Angket Kepuasan Kegiatan PKM

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Materi PKM sesuai dengan kebutuhan peserta	0	0	22,1	79,6
Kegiatan PKM sesuai dengan harapan	0	0	52,7	80,1
Pemateri menyajikan materi dengan menarik	0	0	70,1	93,2
Materi yang disampaikan mudah dipahami	0	0	23,1	79,6
Waktu pelaksanaan efisien	0	0	60,5	80,1
Setiap pertanyaan yang diajukan peserta dapat dijawab dengan baik	0	0	53,3	70,1
Peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan	0	0	61,5	60,4
Kegiatan PKM meningkatkan wawasan peserta	0	0	63,8	80,2
Kegiatan PKM dilakukan secara berkelanjutan	0	0	23,1	76,7
Peserta puas dengan pelaksanaan kegiatan PKM	0	0	15,5	86,7

Tim kegiatan PKM mengukur skala keberhasilan dan kepuasan peserta setelah diadakan kegiatan pelatihan kepada SDM bagi pemandu lokal dan pengelola destinasi tentang kecakapan dan keterampilan membuat cerita atau *storytelling*, dengan memberikan penilaian yaitu sangat tidak setuju (STS); tidak setuju; (TS) setuju (S); dan sangat setuju (SS) [13]. Sehingga dapat disimpulkan adanya tingkat kepuasan akan materi, dan pelaksanaan simulasi peserta terhadap pelatihan *storytelling*.

3.4 Hambatan dan Evaluasi Kegiatan PKM

Pada pelaksanaan kegiatan ini masih terdapat beberapa kekurangan dan tantangan serta perlunya perbaikan lanjutan sehingga destinasi Pantai Sumur Tujuh mampu berkembang secara berkelanjutan. Salah satu tantangannya bukan hanya tentang menguji pengetahuan, tetapi lebih kepada mengukur perubahan perilaku dampak emosional dan kemampuan adaptasi di lapangan. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek *storytelling* Sumur Tujuh tetapi juga pada pengelolaan Pariwisata Berbasis Masyarakat yang berkelanjutan yang pada prinsipnya konsep ini selaras dalam pengembangan pariwisata yang tidak hanya bergantung pada atraksi fisik, tetapi juga pada pengalaman edukatif yang bertujuan untuk mendapat pemahaman tentang budaya lokal. *Storytelling* memiliki sifat interaktif dan dapat membantu pendengar untuk bisa mengembangkan imajinasi wisatawan [14] dan [15]. Sebagai bahan evaluasi kegiatan ini terkait timbal balik dalam penyusunan narasi untuk guide script yang kurang kondusif karena terkendala sarana prasarana yang kurang memadai, namun kehadiran dan motivasi peserta tetap menjadi kunci dari kegiatan ini

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) telah berhasil mencapai beberapa tujuan utama dalam hal peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menyampaikan cerita untuk pemandu lokal, dari aspek pengetahuan peserta pelatihan telah memiliki pemahaman yang efektif dari

bagaimana memanfaatkan teknik bertutur (*storytelling*) sebagai kekuatan untuk dipasarkan ke wisatawan yang berkunjung ke destinasi Pantai Sumur Tujuh berbasis cagar budaya. Tersusunnya guide script dan pengemasan paket wisata edukasi juga merupakan langkah baru bagi pengelolaan pariwisata berkualitas sebagai wujud nyata pelestarian budaya melalui simulasi dari pembuatan garam lokal yang ada sejak bertahun lamanya yang tercantum dalam sejarah. Sehingga citra baru dari destinasi Pantai Sumur Tujuh dapat di promosikan destinasi ke tingkat Nasional maupun Internasional. Rekomendasi kelanjutan dari kegiatan ini diharapkan bagi pengelolaan objek wisata Pantai Sumur Tujuh dapat mengimplementasikan metode *storytelling* di lapangan dan bagi peneliti berikutnya untuk menganalisis efektivitas metode *storytelling* di objek wisata Pantai Sumur Tujuh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan Terimakasih kepada Ketua Pokdarwis Pantai Sumur Tujuh berkontribusi selama kegiatan PKM berlangsung, Terimakasih kepada Yayasan Citra Delima Bangka yang telah berkontribusi dalam pendanaan pada PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ruiz, Ballesteros, E., & Caceres, R. (2016). Community- Buiding and Amenity Migration In Community-Based Tourism Development. An Approach from Soutwest Spain. Tourism Management, 54,531-523. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.008>
- [2] Trisakti, FA dan Hifni, A. (2018) Destination Brand Strorytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata Jurnal Komunikasi Indonesia. Volume VII Nomor 1, <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/9692>
- [3] Nurman, (2015). Strategi Pembangunan Daerah, Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada.
- [4] Zunardi, Arif. (2024). metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat. Pendekatan Praktis Untuk Memberdayakan Komunitas. Yayasan Putra Adi Dharma.
- [5] Marzuki M., (2004). Pendekatan dan Proses Pembangunan Partisipatif Modul PKM: Jakarta, Departemen Dalam Negeri.
- [6] Brown, H. 2007. Prinsip Pembelajaran dan Pengajaran Bahasa. NY: Pearson Education Inc.
- [7] Aceh et al. (2022). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan dan tingkat hunian Hotel Terhadap Pendapat Asli Daerah dan PDBRB di Aceh. Journal:publikasi ilmiah bidang ekonomi dan akutansi, 1(4),919-932
- [8] Korez-Vide, R. (2017). Bercerita dalam manajemen pariwisata berkelanjutan: tantangan dan peluang bagi Slovenia. Jurnal Ilmu Manajemen Lanjutan Vol. 5, No. 5
- [9] Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. Jurnal Kajian Ruang
- [10] Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). *Storytelling*
- [11] about places: Tourism marketing in the digital age. Cities, 87 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.025>
- [12] Suyitno. 2005. Pemandu Wisata (Tour Guiding). Graha Ilmu, Yogyakarta
- [13] Suharsimi Arikunto. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Yogyakarta:Rineka Cipta.

- [14] Sundin, A., Andersson, K. & Watt, R. (2018) Memikirkan Kembali Komunikasi: Mengintegrasikan Penceritaan untuk Meningkatkan Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam Sintesis Bukti Lingkungan. *Environ Evid* 7, 6 (2018). <https://doi.org/10.1186/s13750-018-0116-4>
- [15] Yavuz, M. C., Sumbul, M., et al. (2016). *Storytelling* dalam komunikasi merek destinasi: Analisis kualitatif. *Jurnal Kemajuan Ekonomi-Bisnis Interdisipliner Internasional*, 1(2), 63-72.