

Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal

Mayasari¹, Misla Geubrina², Arifuddin³, Yuniarti Hia⁴, Jihan Anisah Putri⁵, Muhammad Ali Azwa⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Harapan Medan

Jl. Imam Bonjol NO 35. Medan, 20152, Sumatera Utara, Indonesia

e-mail: 1mayasarispdmsi@gmail.com, 2geubrinamisla@gmail.com, 3arifawal98@gmail.com,
4yuniartihia@gmail.com, 5jihananisah@gmail.com, 6aliazwa@gmail.com

Abstrak

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat saat ini membutuhkan strategi promosi yang inovatif dengan memanfaatkan teknologi digital sekaligus mempertahankan nilai budaya lokal. Kawasan Tangkahan, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar, namun masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital, kemampuan komunikasi bahasa Inggris, serta pengemasan cerita rakyat sebagai media promosi wisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan pelatihan digital storytelling berbahasa Inggris berbasis cerita rakyat dan kearifan lokal Tangkahan dalam meningkatkan literasi budaya, mendukung promosi pariwisata berkelanjutan, serta memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan pelatihan bahasa Inggris pariwisata dan produksi konten digital, pendampingan pembuatan digital storytelling, publikasi konten, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Peserta kegiatan berjumlah 20 orang yang berasal dari kelompok sadar wisata, pelaku usaha wisata, pemuda lokal, dan masyarakat yang terlibat dalam aktivitas pariwisata. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh aspek yang diukur. Kemampuan bahasa Inggris pariwisata mengalami peningkatan dengan penurunan kategori rendah dari 70% menjadi 10%, sementara kategori tinggi meningkat dari 5% menjadi 40%. Literasi digital peserta juga mengalami peningkatan, ditunjukkan dengan peningkatan kategori tinggi dari 5% menjadi 50%. Selain itu, kemampuan produksi konten digital meningkat secara signifikan dengan peningkatan peserta kategori tinggi dari 0% menjadi 50%. Peserta juga menunjukkan peningkatan pemahaman dalam memanfaatkan cerita rakyat sebagai media promosi wisata, dengan kategori tinggi meningkat dari 10% menjadi 60%. Berdasarkan hasil tersebut, program pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi bahasa Inggris, teknologi digital, dan kearifan lokal melalui pendekatan digital storytelling efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengembangkan promosi wisata yang kreatif, berkelanjutan, dan berbasis budaya lokal.

Kata kunci: Digital storytelling, Bahasa Inggris pariwisata, kearifan local, literasi budaya, literasi digital

Abstract

Community-based tourism development requires innovative promotional strategies that utilize digital technology while preserving local cultural values. Tangkahan, Langkat Regency, North Sumatra, possesses significant natural and cultural tourism potential; however, the local community still faces challenges related to digital technology utilization, English communication skills, and the transformation of local folklore into attractive tourism promotion media. This community service program aimed to implement an English-based digital storytelling training program using Tangkahan's folklore and local wisdom to enhance cultural literacy, support sustainable tourism promotion, and strengthen the economic empowerment of local communities. The program employed a participatory approach consisting of several stages, including partner needs identification, training material preparation, English for tourism and digital content production training, digital storytelling development assistance, content publication, and evaluation through pre-test and post-test assessments. The participants consisted of 20 community members, including tourism awareness

groups, local tourism entrepreneurs, young residents, and community members involved in tourism activities. The results demonstrated significant improvements in all measured aspects. Participants' English tourism communication skills improved, as indicated by a decrease in the low-category group from 70% to 10%, while the high-category group increased from 5% to 40%. Digital literacy skills also improved, with the proportion of participants in the high category increasing from 5% to 50%. Furthermore, participants' ability to produce digital promotional content showed substantial improvement, with the high-category group increasing from 0% to 50%. Participants also demonstrated better understanding of utilizing folklore and local wisdom as tourism promotion instruments, with the high category increasing from 10% to 60%. These findings indicate that integrating English communication skills, digital technology, and local cultural resources through digital storytelling is an effective strategy for enhancing community capacity in developing creative, sustainable, and culturally based tourism promotion.

Kata kunci: Digital storytelling, English for tourism, local wisdom, cultural literacy, digital literacy, sustainable tourism, community empowerment.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata berkelanjutan merupakan salah satu sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui optimalisasi potensi alam, budaya, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Pengembangan destinasi wisata saat ini tidak lagi hanya bergantung pada keindahan alam, tetapi juga pada kemampuan masyarakat dalam membangun narasi yang autentik sehingga mampu menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Pendekatan tersebut dikenal sebagai *storytelling tourism*, yaitu strategi promosi yang menggabungkan kekuatan cerita, identitas budaya, dan media digital untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

Salah satu destinasi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pendekatan tersebut adalah kawasan ekowisata Tangkahan di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Kawasan ini dikenal sebagai bagian dari bentang alam Ekosistem Leuser yang menawarkan kekayaan biodiversitas, konservasi gajah, sungai alami, hutan hujan tropis, serta kehidupan masyarakat yang masih mempertahankan berbagai nilai kearifan lokal. Selain keindahan alamnya, masyarakat Tangkahan memiliki berbagai cerita rakyat, legenda, nilai konservasi, dan tradisi lokal yang dapat dikembangkan menjadi aset budaya untuk mendukung promosi wisata berbasis narasi. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam membangun identitas destinasi yang berbeda dengan kawasan wisata alam lainnya.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pemanfaatan cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai media promosi wisata di Tangkahan masih belum optimal. Sebagian besar promosi yang dilakukan masyarakat masih berfokus pada penyajian foto atau video destinasi tanpa menyampaikan narasi budaya yang mampu membangun keterikatan emosional wisatawan terhadap destinasi tersebut. Akibatnya, promosi wisata cenderung bersifat informatif dan belum mampu memberikan pengalaman digital yang menarik bagi calon wisatawan domestik maupun mancanegara. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek budaya lokal belum sepenuhnya menjadi bagian dari strategi pemasaran destinasi wisata. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola promosi pariwisata dari media konvensional menuju media berbasis konten digital yang interaktif. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan berbagai media sosial lainnya memungkinkan masyarakat menjadi produsen informasi sekaligus duta promosi destinasi wisata. Dalam konteks tersebut, kemampuan menghasilkan konten digital berkualitas menjadi kompetensi penting bagi masyarakat desa wisata agar mampu bersaing dalam industri pariwisata global. Digital storytelling tidak hanya meningkatkan kualitas promosi, tetapi juga memperkuat pelestarian budaya melalui dokumentasi cerita rakyat dalam bentuk multimedia yang mudah diakses oleh masyarakat luas.

Selain penguasaan teknologi digital, kemampuan berbahasa Inggris juga menjadi faktor penting dalam pengembangan destinasi wisata yang berorientasi pada pasar internasional. Bahasa Inggris berfungsi sebagai media komunikasi utama antara masyarakat lokal dengan wisatawan asing sehingga keterampilan komunikasi yang baik akan meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, dan citra destinasi. Namun demikian, berbagai desa wisata di Indonesia masih menghadapi keterbatasan kompetensi bahasa Inggris praktis, khususnya dalam menjelaskan sejarah, budaya, legenda, dan keunikan lokal kepada wisatawan asing. Oleh karena itu, pelatihan *English for Tourism* yang diintegrasikan dengan digital storytelling berbasis cerita rakyat menjadi pendekatan yang relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut.

Permasalahan serupa juga ditemukan pada masyarakat Tangkahan. Berdasarkan karakteristik desa wisata berbasis komunitas, terdapat beberapa kendala utama yang memerlukan perhatian. Pertama, sebagian besar pelaku wisata dan masyarakat belum memiliki kemampuan yang memadai dalam menyusun narasi promosi berbahasa Inggris yang komunikatif dan menarik bagi wisatawan mancanegara. Kedua, keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan aplikasi digital untuk membuat konten promosi masih terbatas sehingga sebagian besar promosi dilakukan secara sederhana tanpa strategi komunikasi digital yang efektif. Ketiga, cerit rakyat dan nilai-nilai kearifan lokal belum terdokumentasikan secara sistematis dalam bentuk konten digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi maupun pelestarian budaya. Keempat, kolaborasi antara generasi muda, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, dan masyarakat adat dalam mengembangkan promosi wisata berbasis budaya masih relatif terbatas. Kelima, keterbatasan kemampuan promosi digital tersebut berdampak pada belum optimalnya peningkatan nilai ekonomi masyarakat yang bergantung pada sektor pariwisata. Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan perlunya suatu program pemberdayaan masyarakat yang bersifat partisipatif, aplikatif, dan berkelanjutan.

Pelatihan digital storytelling berbahasa Inggris berbasis cerita rakyat dan kearifan lokal merupakan salah satu bentuk inovasi pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan literasi digital, pelestarian budaya, pendidikan bahasa Inggris, dan pengembangan ekonomi kreatif. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam memproduksi konten digital, tetapi juga mampu menggali kembali nilai-nilai budaya lokal sebagai identitas destinasi wisata. Cerita rakyat yang sebelumnya hanya diwariskan secara lisan dapat dikembangkan menjadi video promosi, konten media sosial, maupun materi interpretasi wisata yang menarik bagi wisatawan. Di sisi lain, penggunaan bahasa Inggris dalam penyampaian cerita memberikan peluang lebih besar bagi destinasi wisata untuk menjangkau pasar internasional sekaligus meningkatkan daya saing kawasan wisata berbasis komunitas.

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan program pengabdian ini menjadi penting sebagai upaya meningkatkan kapasitas masyarakat Tangkahan dalam menghasilkan konten digital berbahasa Inggris yang mengangkat cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai identitas destinasi wisata. Program ini diharapkan mampu meningkatkan literasi budaya, memperkuat promosi pariwisata berkelanjutan, mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pelestarian budaya, serta memberikan dampak ekonomi melalui peningkatan daya tarik wisata dan pengembangan usaha kreatif berbasis potensi lokal. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kompetensi individu, tetapi juga mendukung pembangunan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan dan berdaya saing global.

1.2 Research Gap dari Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa digital storytelling memiliki potensi besar dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, promosi budaya, dan pengembangan pariwisata berbasis komunitas. Penelitian yang dilakukan oleh Robin (2016) menjelaskan bahwa digital storytelling mampu menjadi media komunikasi yang efektif karena menggabungkan unsur narasi, visual, audio, dan teknologi digital sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam memahami suatu pesan. Dalam konteks pariwisata, penelitian oleh Lund et al. (2018) menunjukkan bahwa penggunaan storytelling dalam pemasaran destinasi mampu membangun hubungan emosional antara wisatawan dan suatu tempat karena cerita memberikan makna yang lebih mendalam dibandingkan promosi berbasis informasi semata. Selanjutnya, penelitian oleh Lampropoulos et al. (2020) menemukan bahwa digital storytelling dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengolah informasi digital, kreativitas, serta kemampuan komunikasi melalui pemanfaatan berbagai platform teknologi. Meskipun penelitian tersebut memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman mengenai manfaat digital storytelling, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek pendidikan dan komunikasi umum, sementara penerapannya sebagai strategi pemberdayaan masyarakat desa wisata berbasis bahasa Inggris dan kearifan lokal masih relatif terbatas.

Penelitian mengenai pengembangan pariwisata berbasis masyarakat juga telah banyak dilakukan, khususnya terkait peran masyarakat lokal dalam mempertahankan keberlanjutan destinasi wisata. Giampiccoli dan Saayman (2018) menjelaskan bahwa pendekatan *community-based tourism* mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas lokal. Sejalan dengan penelitian tersebut, Suansri (2019) menegaskan bahwa keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola aset lokal, termasuk budaya, tradisi, dan pengetahuan lokal sebagai daya tarik wisata. Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak membahas aspek pengelolaan destinasi dan pemberdayaan ekonomi tanpa memberikan perhatian khusus terhadap strategi komunikasi digital berbasis bahasa asing. Dengan demikian, masih terdapat ruang penelitian mengenai bagaimana masyarakat lokal dapat

diberdayakan melalui pelatihan digital storytelling berbahasa Inggris untuk mengubah aset budaya menjadi konten promosi wisata yang kompetitif secara global.

Selain itu, beberapa penelitian tentang pelestarian budaya lokal melalui teknologi digital telah menunjukkan bahwa digitalisasi budaya dapat menjadi strategi efektif dalam mempertahankan warisan budaya sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap informasi budaya. Menurut Smeda et al. (2014), penggunaan teknologi digital dalam storytelling memberikan peluang untuk mendokumentasikan pengetahuan lokal dan mentransformasikannya menjadi bentuk komunikasi yang lebih menarik bagi generasi digital. Penelitian oleh Ismail et al. (2022) juga menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dengan pengembangan budaya lokal dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemberdayaan sosial dan ekonomi. Akan tetapi, penelitian tersebut belum secara spesifik mengintegrasikan empat aspek utama, yaitu digital storytelling, kemampuan bahasa Inggris, cerita rakyat lokal, dan pengembangan ekonomi masyarakat desa wisata. Oleh karena itu, pengabdian ini memiliki posisi strategis dalam mengisi kesenjangan tersebut melalui implementasi pelatihan digital storytelling berbahasa Inggris berbasis cerita rakyat dan kearifan lokal Tangkahan sebagai model pemberdayaan masyarakat yang menghubungkan pelestarian budaya, promosi pariwisata berkelanjutan, dan peningkatan ekonomi lokal.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian masih dilakukan secara parsial. Studi digital storytelling lebih banyak berfokus pada pendidikan dan peningkatan literasi digital, sementara studi pariwisata berbasis masyarakat lebih menekankan aspek pengelolaan destinasi dan ekonomi lokal. Belum banyak penelitian pengabdian yang mengintegrasikan kemampuan bahasa Inggris, teknologi digital, cerita rakyat, dan kearifan lokal sebagai strategi pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menawarkan pendekatan baru melalui model pelatihan yang menempatkan masyarakat sebagai produsen cerita budaya (*cultural storyteller*) sekaligus pelaku promosi wisata digital. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat posisi masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

1.3 Tujuan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Tangkahan dalam memanfaatkan teknologi digital dan kemampuan bahasa Inggris sebagai media promosi wisata berbasis cerita rakyat dan kearifan lokal. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan memberikan pelatihan mengenai teknik penyusunan cerita (*story development*), penggunaan bahasa Inggris untuk konteks pariwisata, produksi konten digital, serta strategi publikasi melalui media sosial. Selain itu, kegiatan ini bertujuan mendokumentasikan nilai budaya lokal yang terdapat dalam cerita rakyat Tangkahan agar dapat dikembangkan menjadi konten kreatif yang memiliki nilai edukasi, promosi, dan ekonomi.

Melalui kegiatan ini, masyarakat diharapkan mampu menghasilkan konten digital storytelling yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kekuatan naratif dalam memperkenalkan identitas budaya Tangkahan kepada wisatawan yang lebih luas. Program ini juga bertujuan membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pelestarian budaya lokal sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan. Dengan meningkatnya kemampuan komunikasi digital dan bahasa Inggris, masyarakat diharapkan memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata serta mengembangkan aktivitas ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

1.4 Manfaat Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat akademik, sosial, budaya, dan ekonomi bagi masyarakat mitra. Dari aspek akademik, kegiatan ini menghasilkan model pemberdayaan masyarakat berbasis integrasi literasi digital, pembelajaran bahasa Inggris, dan pelestarian budaya lokal yang dapat menjadi referensi bagi pengembangan program pengabdian serupa di kawasan wisata lainnya. Dari aspek sosial budaya, kegiatan ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai identitas budaya yang memiliki nilai strategis dalam pembangunan daerah.

Dari aspek ekonomi, pelaksanaan pelatihan digital storytelling memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan kemampuan promosi produk wisata, jasa pemandu wisata, maupun usaha mikro berbasis pariwisata. Konten digital yang dihasilkan dapat menjadi media pemasaran yang mampu menjangkau wisatawan domestik maupun internasional sehingga berpotensi meningkatkan kunjungan wisata dan pendapatan masyarakat lokal. Selain itu, keterlibatan generasi muda dalam proses produksi konten digital diharapkan mampu menciptakan kelompok kreatif baru yang berperan dalam menjaga keberlanjutan promosi budaya dan wisata Tangkahan di era digital.

2. METODE PENGABDIAN

2.1 Kajian Literatur

Pelaksanaan kegiatan pengabdian “Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal” didasarkan pada beberapa landasan teori yang mendukung integrasi antara literasi digital, pembelajaran bahasa Inggris, pelestarian budaya, pengembangan pariwisata berkelanjutan, dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan teoritis ini menjadi dasar dalam merancang kegiatan agar tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mampu menghasilkan perubahan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat mitra.

Konsep utama yang digunakan dalam kegiatan ini adalah digital storytelling sebagai strategi komunikasi berbasis teknologi yang menggabungkan unsur cerita, gambar, suara, video, dan media digital untuk menyampaikan pesan secara lebih menarik dan bermakna. Digital storytelling tidak hanya dipahami sebagai proses pembuatan konten digital, tetapi juga sebagai pendekatan yang memungkinkan individu atau komunitas menyampaikan identitas, pengalaman, dan nilai budaya melalui narasi kreatif (Robin, 2016). Menurut Smeda et al. (2014), digital storytelling mampu meningkatkan kemampuan literasi digital karena peserta tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga belajar mengembangkan, mengolah, dan menyebarkan informasi melalui media digital. Oleh karena itu, penerapan digital storytelling dalam kegiatan pengabdian ini menjadi strategi yang relevan untuk membantu masyarakat Tangkahan mengubah cerita rakyat dan kearifan lokal menjadi konten promosi wisata yang memiliki nilai budaya dan ekonomi.

Dalam konteks pengembangan pariwisata, teori *storytelling tourism* menjelaskan bahwa cerita memiliki peran penting dalam membangun hubungan emosional antara wisatawan dengan suatu destinasi. Wisatawan modern tidak hanya mencari pengalaman visual, tetapi juga membutuhkan pemahaman terhadap sejarah, budaya, nilai sosial, dan keunikan suatu tempat yang dikunjungi (Lund et al., 2018). Cerita lokal yang dikemas secara kreatif dapat meningkatkan daya tarik destinasi karena memberikan identitas yang membedakan suatu daerah dengan destinasi lainnya. Dengan demikian, cerita rakyat Tangkahan yang berkaitan dengan alam, masyarakat, tradisi, dan konservasi dapat menjadi aset komunikasi wisata yang mampu memperkuat citra destinasi sebagai kawasan wisata berbasis budaya dan lingkungan.

Selain aspek digital storytelling, kegiatan ini juga menggunakan pendekatan teori *English for Specific Purposes (ESP)*, khususnya *English for Tourism*, yang menekankan penggunaan bahasa Inggris sesuai kebutuhan komunikasi profesional tertentu. Hutchinson dan Waters (1987) menjelaskan bahwa pembelajaran bahasa berbasis ESP harus berorientasi pada kebutuhan pengguna bahasa sehingga materi yang diberikan memiliki relevansi langsung dengan konteks kehidupan dan pekerjaan peserta. Dalam bidang pariwisata, kemampuan bahasa Inggris menjadi salah satu kompetensi penting karena berfungsi sebagai alat komunikasi antara masyarakat lokal dengan wisatawan internasional (Basturkmen, 2010). Oleh sebab itu, pelatihan bahasa Inggris dalam kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek tata bahasa, tetapi lebih diarahkan pada kemampuan praktis seperti memperkenalkan destinasi, menjelaskan budaya lokal, menyampaikan cerita rakyat, dan melakukan komunikasi dengan wisatawan asing.

Landasan berikutnya adalah teori *Community-Based Tourism (CBT)* yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Konsep CBT menekankan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata tidak hanya diukur dari peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga dari sejauh mana masyarakat memperoleh manfaat sosial, budaya, dan ekonomi dari aktivitas wisata tersebut (Giampiccoli & Saayman, 2018). Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik Tangkahan sebagai kawasan wisata berbasis komunitas karena masyarakat memiliki peran penting dalam menjaga lingkungan, menyediakan layanan wisata, serta memperkenalkan nilai budaya lokal kepada pengunjung. Melalui kegiatan pelatihan digital storytelling, masyarakat tidak hanya menjadi objek promosi wisata, tetapi juga menjadi subjek yang mampu menciptakan dan mengelola narasi wisata secara mandiri.

Selanjutnya, kegiatan ini juga mengacu pada teori *Asset-Based Community Development (ABCD)* yang memandang bahwa setiap komunitas memiliki aset internal yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kretzmann dan McKnight (1993) menjelaskan bahwa pembangunan berbasis aset lebih efektif dibandingkan pendekatan berbasis masalah karena menempatkan kekuatan, keterampilan, budaya, dan sumber daya lokal sebagai modal utama perubahan. Dalam konteks pengabdian ini, cerita rakyat, kemampuan masyarakat, lingkungan alam, dan budaya lokal Tangkahan dipandang sebagai aset yang dapat dikembangkan menjadi produk kreatif berbasis digital. Pendekatan ABCD memungkinkan masyarakat berperan aktif dalam menemukan, mengembangkan, dan memanfaatkan potensi yang mereka miliki.

Selain itu, konsep literasi digital juga menjadi bagian penting dalam pelaksanaan program ini. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi

mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, menciptakan, dan membagikan informasi melalui media digital secara bertanggung jawab (Ng, 2012). Kemampuan tersebut menjadi semakin penting bagi masyarakat desa wisata karena promosi destinasi saat ini sangat bergantung pada kemampuan menghasilkan dan mengelola konten digital. Melalui pelatihan ini, masyarakat Tangkahan diharapkan mampu meningkatkan kompetensi digital sehingga dapat beradaptasi dengan perkembangan industri pariwisata berbasis teknologi.

Berdasarkan berbagai teori tersebut, metode pelaksanaan pengabdian ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang menggabungkan prinsip *Participatory Action Research* (PAR), *Community-Based Tourism*, dan *Asset-Based Community Development*. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat terlibat secara aktif mulai dari identifikasi potensi lokal, penyusunan cerita, produksi konten digital, hingga proses publikasi dan evaluasi. Dengan pendekatan tersebut, program pengabdian tidak hanya menghasilkan produk digital storytelling, tetapi juga membangun kapasitas masyarakat dalam menjaga budaya, meningkatkan promosi wisata, dan menciptakan peluang ekonomi berbasis kearifan lokal Tangkahan.

2.2 Implementasi Program Pengabdian

Pelaksanaan program pengabdian “Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal” dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam seluruh rangkaian kegiatan. Program ini tidak hanya berorientasi pada pemberian pelatihan keterampilan teknis, tetapi juga bertujuan membangun kapasitas masyarakat dalam menggali potensi budaya, mengembangkan kemampuan komunikasi bahasa Inggris, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi wisata. Pendekatan pelaksanaan kegiatan mengadaptasi prinsip *Participatory Action Research* (PAR) dan *Asset-Based Community Development* (ABCD), yaitu pendekatan yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dengan memanfaatkan aset lokal sebagai sumber utama pengembangan program.

Tahap pertama dalam implementasi program adalah tahap persiapan dan identifikasi kebutuhan mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi awal terhadap kondisi masyarakat di kawasan Tangkahan, khususnya kelompok sadar wisata (*Pokdarwis*), pelaku usaha wisata, pemuda lokal, serta masyarakat yang terlibat dalam aktivitas pariwisata. Observasi dilakukan untuk memahami potensi budaya yang dapat dikembangkan, tingkat kemampuan bahasa Inggris masyarakat, kemampuan penggunaan teknologi digital, serta kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi wisata. Selain observasi, dilakukan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) bersama mitra untuk menggali cerita rakyat, nilai kearifan lokal, pengalaman masyarakat dalam mengelola wisata, serta kebutuhan pelatihan yang paling sesuai dengan kondisi lapangan.

Tahap kedua adalah penyusunan materi dan persiapan pelatihan. Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang mengintegrasikan empat aspek utama, yaitu bahasa Inggris untuk pariwisata, teknik storytelling, produksi konten digital, dan strategi promosi wisata melalui media sosial. Materi bahasa Inggris dirancang secara kontekstual dengan kebutuhan masyarakat, seperti kemampuan memperkenalkan destinasi wisata, menjelaskan budaya lokal, memberikan informasi kepada wisatawan asing, serta menyampaikan cerita rakyat dalam bahasa Inggris yang komunikatif. Sementara itu, materi digital storytelling mencakup teknik menyusun alur cerita, pengambilan gambar, penggunaan aplikasi pengeditan video, pembuatan narasi suara, hingga publikasi konten digital.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan peningkatan kapasitas masyarakat. Kegiatan pelatihan dilakukan secara bertahap melalui metode ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Pada sesi pertama, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pelestarian budaya lokal melalui media digital serta peluang ekonomi yang dapat diperoleh melalui promosi wisata berbasis konten kreatif. Pada sesi berikutnya, peserta dilatih menggunakan bahasa Inggris dalam konteks pariwisata dengan pendekatan praktik komunikasi. Peserta tidak hanya mempelajari kosakata, tetapi juga berlatih menyampaikan cerita mengenai destinasi, budaya, dan kehidupan masyarakat Tangkahan kepada wisatawan internasional.

Tahap keempat adalah pengembangan konten digital storytelling berbasis cerita rakyat dan kearifan lokal. Pada tahap ini, peserta diarahkan untuk memilih cerita lokal yang memiliki nilai budaya dan daya tarik wisata. Cerita tersebut kemudian dikembangkan menjadi naskah digital storytelling dengan memperhatikan struktur pembukaan, konflik atau pesan utama, serta penutup yang memberikan kesan kepada audiens. Setelah penyusunan naskah selesai, peserta melakukan proses produksi konten menggunakan perangkat yang tersedia, seperti kamera telepon pintar dan aplikasi pengeditan digital. Setiap kelompok peserta menghasilkan video storytelling berbahasa Inggris yang menampilkan unsur budaya lokal, keindahan alam, serta nilai konservasi Tangkahan.

Tahap kelima adalah pendampingan publikasi dan strategi promosi digital. Produk digital yang telah dihasilkan tidak berhenti pada tahap produksi, tetapi diarahkan untuk dipublikasikan melalui berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan media promosi wisata lainnya. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai strategi komunikasi digital, penggunaan kata kunci (*keyword*), pembuatan deskripsi konten yang menarik, serta pentingnya konsistensi dalam membangun citra destinasi wisata. Melalui kegiatan ini, masyarakat diharapkan mampu mengelola media digital secara mandiri sebagai sarana promosi berkelanjutan.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan keberlanjutan program. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan berdasarkan peningkatan kemampuan peserta sebelum dan setelah pelatihan. Instrumen evaluasi meliputi pre-test dan post-test mengenai kemampuan bahasa Inggris, literasi digital, pemahaman budaya lokal, serta kemampuan membuat konten storytelling. Selain evaluasi kuantitatif, dilakukan pula evaluasi kualitatif melalui wawancara dan refleksi peserta mengenai manfaat program. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar untuk melakukan perbaikan program dan merancang keberlanjutan kegiatan melalui pembentukan komunitas kreator digital wisata Tangkahan.

Melalui tahapan implementasi tersebut, program pengabdian ini diharapkan mampu menghasilkan perubahan nyata bagi masyarakat mitra, yaitu meningkatnya keterampilan komunikasi bahasa Inggris, berkembangnya kemampuan literasi digital, terdokumentasinya cerita rakyat dan kearifan lokal dalam bentuk media kreatif, serta meningkatnya kapasitas masyarakat dalam melakukan promosi wisata secara mandiri. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk digital storytelling, tetapi juga membangun ekosistem masyarakat wisata yang lebih kreatif, adaptif terhadap teknologi, dan memiliki daya saing dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Gambar 2.1 Alur Implementasi Program Pengabdian Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan



Gambar 1 menunjukkan alur implementasi program pengabdian yang dilakukan melalui enam tahapan utama, yaitu identifikasi potensi mitra, perencanaan program, pelatihan peningkatan kapasitas, pengembangan digital storytelling, publikasi digital, serta evaluasi dan monitoring. Tahap awal dilakukan melalui observasi dan diskusi bersama masyarakat untuk memahami potensi budaya serta permasalahan yang berkaitan dengan keterampilan bahasa Inggris, literasi digital, dan strategi promosi wisata. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Tangkahan.

Tahap pelatihan menjadi bagian utama dalam program ini karena berfungsi meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengintegrasikan bahasa Inggris, teknologi digital, dan narasi budaya lokal. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga melakukan praktik langsung dalam menyusun cerita, membuat video, serta mengembangkan konten promosi wisata. Proses produksi digital storytelling dilakukan dengan memanfaatkan cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai elemen utama sehingga konten yang dihasilkan memiliki karakter autentik dan mampu merepresentasikan identitas budaya Tangkahan.

Tahap publikasi dan promosi digital bertujuan memastikan bahwa hasil pelatihan memiliki keberlanjutan dan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Konten yang telah diproduksi diarahkan untuk dipublikasikan melalui berbagai platform digital sehingga mampu menjangkau wisatawan yang lebih luas, termasuk wisatawan internasional. Selanjutnya, tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas program melalui pengukuran peningkatan kemampuan peserta serta kualitas produk digital yang dihasilkan.

Secara keseluruhan, alur implementasi ini menggambarkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga membangun proses pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Melalui pendekatan berbasis aset lokal, masyarakat Tangkahan diharapkan mampu menjadi pelaku utama dalam menjaga budaya, mengembangkan promosi wisata digital, serta menciptakan peluang ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan program pengabdian “Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal” menunjukkan bahwa kegiatan yang dirancang telah mampu menjawab berbagai permasalahan utama yang ditemukan pada masyarakat mitra. Program ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai bagian aktif dalam proses identifikasi potensi, pengembangan materi, produksi konten, hingga publikasi hasil kegiatan. Berdasarkan hasil observasi awal, masyarakat Tangkahan memiliki potensi wisata alam dan budaya yang sangat besar, tetapi belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan potensi tersebut sebagai aset komunikasi digital yang dapat menjangkau wisatawan secara lebih luas. Keterbatasan kemampuan dalam menggunakan bahasa Inggris untuk konteks pariwisata, rendahnya keterampilan menghasilkan konten digital, serta belum terdokumentasinya cerita rakyat dan nilai kearifan lokal menjadi hambatan utama dalam pengembangan promosi wisata berbasis masyarakat. Melalui program pelatihan ini, masyarakat memperoleh pemahaman bahwa keberadaan budaya lokal tidak hanya memiliki nilai sosial dan historis, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi sumber daya ekonomi apabila dikemas melalui strategi komunikasi yang tepat. Proses pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya perubahan pola pikir masyarakat dari sebelumnya yang melihat cerita lokal hanya sebagai bagian dari warisan budaya menjadi aset kreatif yang dapat dipromosikan melalui media digital. Hal tersebut terlihat dari meningkatnya keterlibatan peserta dalam menggali cerita rakyat, menyusun narasi wisata, serta menghubungkan nilai budaya lokal dengan kebutuhan promosi destinasi wisata modern. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini telah berkontribusi dalam mengatasi permasalahan mitra melalui peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan potensi lokal secara kreatif dan berkelanjutan.

Pada aspek peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kegiatan pelatihan memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan masyarakat dalam menggunakan bahasa Inggris dan teknologi digital sebagai media komunikasi wisata. Sebelum pelaksanaan program, sebagian besar peserta masih mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi mengenai destinasi wisata, budaya lokal, serta aktivitas masyarakat kepada wisatawan asing secara sistematis dan komunikatif. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata Tangkahan belum dapat dipromosikan secara maksimal kepada pasar internasional. Melalui pelatihan *English for Tourism*, peserta mendapatkan pengalaman praktik dalam memperkenalkan objek wisata, menjelaskan keunikan budaya, serta menyampaikan cerita rakyat menggunakan bahasa Inggris yang lebih mudah dipahami oleh wisatawan. Pendekatan pelatihan yang berbasis praktik memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep bahasa, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi nyata yang berkaitan dengan aktivitas pariwisata. Selain peningkatan kemampuan bahasa Inggris, peserta juga mengalami perkembangan dalam aspek literasi digital melalui pelatihan pembuatan digital storytelling. Peserta diperkenalkan dengan berbagai tahapan produksi konten, mulai dari menentukan ide cerita, menyusun alur narasi, melakukan pengambilan gambar, mengolah suara, melakukan penyuntingan video, hingga mempublikasikan konten melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami bahwa media digital dapat menjadi sarana strategis untuk memperkenalkan identitas budaya sekaligus meningkatkan daya tarik wisata. Produk digital storytelling yang dihasilkan peserta menggambarkan adanya peningkatan kreativitas dalam mengemas cerita lokal menjadi konten yang lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai promosi. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa program pengabdian tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kemandirian masyarakat dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat pemberdayaan ekonomi dan budaya.

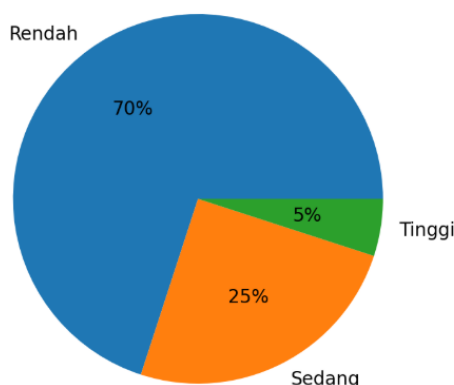
3.2 Data Responden dan Analisis Statistik Kondisi Awal Peserta Sebelum Pelaksanaan Pelatihan

Sebelum kegiatan pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dilaksanakan, tim pengabdian melakukan identifikasi awal terhadap kemampuan dan kebutuhan peserta melalui penyebaran instrumen evaluasi awal (*pre-training assessment*). Responden dalam kegiatan ini berjumlah 20 peserta yang berasal dari masyarakat lokal Tangkahan, terdiri atas anggota kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pemuda lokal, pelaku usaha wisata, serta masyarakat yang terlibat dalam aktivitas pelayanan wisata. Evaluasi awal dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap empat aspek utama, yaitu kemampuan bahasa Inggris untuk pariwisata, literasi digital, kemampuan membuat konten promosi wisata, serta pemahaman terhadap pemanfaatan cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai media promosi.

Table 3.1 Data Responden Peserta Pelatihan Sebelum Kegiatan Pengabdian

No	Kode Responden	Status Peserta	Usia	Jenis Kelamin	Pengalaman Wisata	Kemampuan Digital Awal
1	R1	Pemuda lokal	21	L	Rendah	Dasar
2	R2	Pemuda lokal	23	P	Rendah	Dasar
3	R3	Pelaku UMKM wisata	35	L	Sedang	Dasar
4	R4	Pokdarwis	40	L	Tinggi	Sedang
5	R5	Masyarakat lokal	32	P	Sedang	Dasar
6	R6	Pemuda lokal	24	L	Rendah	Sedang
7	R7	Pelaku UMKM wisata	38	P	Sedang	Dasar
8	R8	Pokdarwis	42	L	Tinggi	Sedang
9	R9	Pemuda lokal	22	P	Rendah	Dasar
10	R10	Masyarakat lokal	36	L	Sedang	Dasar
11	R11	Pemuda lokal	25	L	Rendah	Sedang
12	R12	Pelaku UMKM wisata	41	P	Sedang	Dasar
13	R13	Pokdarwis	45	L	Tinggi	Sedang
14	R14	Pemuda lokal	23	P	Rendah	Dasar
15	R15	Masyarakat lokal	34	L	Sedang	Dasar
16	R16	Pelaku wisata	39	P	Sedang	Sedang
17	R17	Pemuda lokal	21	L	Rendah	Dasar
18	R18	Pokdarwis	44	L	Tinggi	Sedang
19	R19	Masyarakat lokal	33	P	Sedang	Dasar
20	R20	Pemuda lokal	24	L	Rendah	Dasar

Berdasarkan hasil evaluasi awal terhadap 20 peserta, terlihat bahwa sebagian besar masyarakat mitra masih memiliki keterbatasan dalam aspek keterampilan bahasa Inggris dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung promosi wisata. Pada aspek kemampuan bahasa Inggris pariwisata, sebanyak 14 peserta (70%) berada pada kategori rendah, 5 peserta (25%) berada pada kategori sedang, dan hanya 1 peserta (5%) yang memiliki kemampuan tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun masyarakat telah memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan wisatawan, khususnya wisatawan domestik, kemampuan komunikasi menggunakan bahasa Inggris masih menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan promosi kepada wisatawan internasional. Peserta umumnya memahami istilah sederhana yang berkaitan dengan aktivitas wisata, tetapi masih mengalami kesulitan ketika harus menjelaskan sejarah, budaya, serta keunikan destinasi secara komunikatif dalam bahasa Inggris.



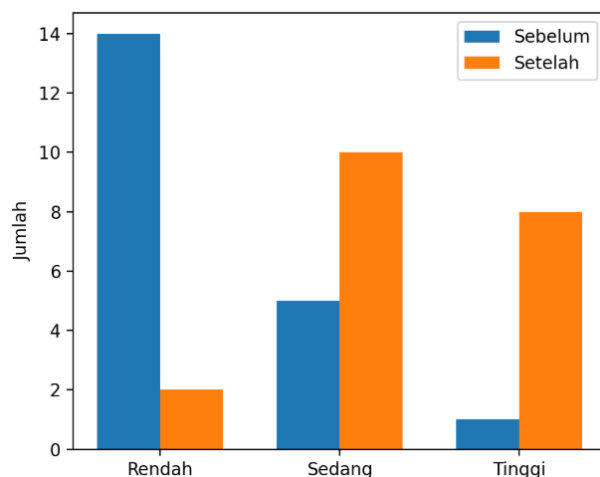
Gambar 3.2 Hasil Pre-Test Kemampuan Peserta Sebelum Pelatihan

Pada aspek literasi digital, hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih berada pada tingkat kemampuan dasar. Sebanyak 12 peserta (60%) berada dalam kategori rendah, 7 peserta (35%) kategori sedang, dan hanya 1 peserta (5%) kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital oleh masyarakat masih lebih banyak terbatas pada aktivitas komunikasi pribadi dibandingkan pemanfaatannya sebagai media promosi profesional. Sebagian besar peserta telah menggunakan telepon pintar dan media sosial, tetapi belum memiliki kemampuan dalam merancang strategi konten, membuat narasi digital, melakukan penyuntingan video, maupun mengoptimalkan platform digital untuk pemasaran wisata. Hal yang sama terlihat pada kemampuan produksi konten digital, di mana 16 peserta (80%) berada pada kategori rendah dan tidak terdapat peserta yang mencapai kategori tinggi. Data tersebut memperlihatkan adanya kebutuhan pelatihan praktis mengenai teknik pembuatan digital storytelling agar masyarakat mampu menghasilkan konten wisata yang lebih kreatif dan informatif.

Sementara itu, aspek pemahaman terhadap cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai media promosi menunjukkan kondisi yang relatif lebih baik dibandingkan aspek digital dan bahasa Inggris. Sebanyak 10 peserta (50%) berada pada kategori rendah, 8 peserta (40%) kategori sedang, dan 2 peserta (10%) kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sebenarnya memiliki pengetahuan mengenai budaya dan cerita lokal Tangkahan, tetapi belum memahami bagaimana mengubah pengetahuan tersebut menjadi produk komunikasi yang bernilai promosi. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini memiliki posisi strategis dalam menjembatani kesenjangan antara potensi budaya yang dimiliki masyarakat dengan kemampuan mengemasnya melalui teknologi digital dan bahasa Inggris. Data awal ini menjadi dasar dalam merancang pelatihan yang berfokus pada peningkatan keterampilan praktis sehingga peserta mampu menghasilkan konten digital storytelling yang mendukung promosi wisata berkelanjutan sekaligus memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

3.3 Grafik Perbandingan Hasil Evaluasi Sebelum dan Setelah Pelaksanaan Program Pengabdian

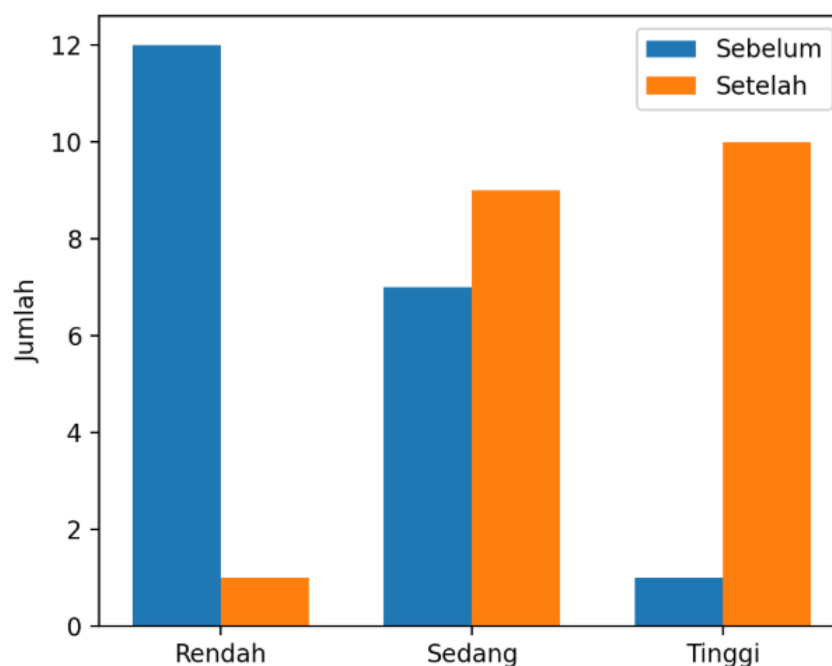
Berdasarkan hasil survei sebelum dan setelah pelaksanaan program pengabdian, dilakukan analisis perbandingan untuk melihat perubahan kemampuan peserta dalam empat aspek utama, yaitu kemampuan Bahasa Inggris untuk pariwisata, literasi digital, kemampuan produksi konten digital, dan pemanfaatan cerita rakyat sebagai media promosi wisata. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan jumlah peserta berdasarkan kategori kemampuan rendah, sedang, dan tinggi sebelum pelatihan (*pre-test*) serta setelah pelatihan (*post-test*). Perbandingan tersebut digunakan untuk melihat efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas masyarakat Tangkahan sebagai pelaku promosi wisata berbasis budaya dan teknologi digital.



Grafik 1. Perbandingan Kemampuan Bahasa Inggris Pariwisata Sebelum dan Setelah Pelatihan

Grafik diatas menunjukkan adanya peningkatan kemampuan Bahasa Inggris peserta setelah mengikuti program pelatihan. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta masih berada pada kategori kemampuan rendah, yaitu sebanyak 14 orang atau 70% dari total peserta. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun masyarakat Tangkahan telah memiliki pengalaman berinteraksi dengan wisatawan, kemampuan menggunakan Bahasa Inggris dalam konteks pariwisata masih menjadi tantangan utama. Setelah mengikuti pelatihan berbasis *English for Tourism* dan praktik digital storytelling, terjadi perubahan yang cukup signifikan. Jumlah peserta dengan kategori rendah menurun menjadi hanya 2 orang (10%), sedangkan peserta dengan kemampuan sedang meningkat menjadi 10 orang (50%), dan kategori tinggi meningkat menjadi 8 orang (40%).

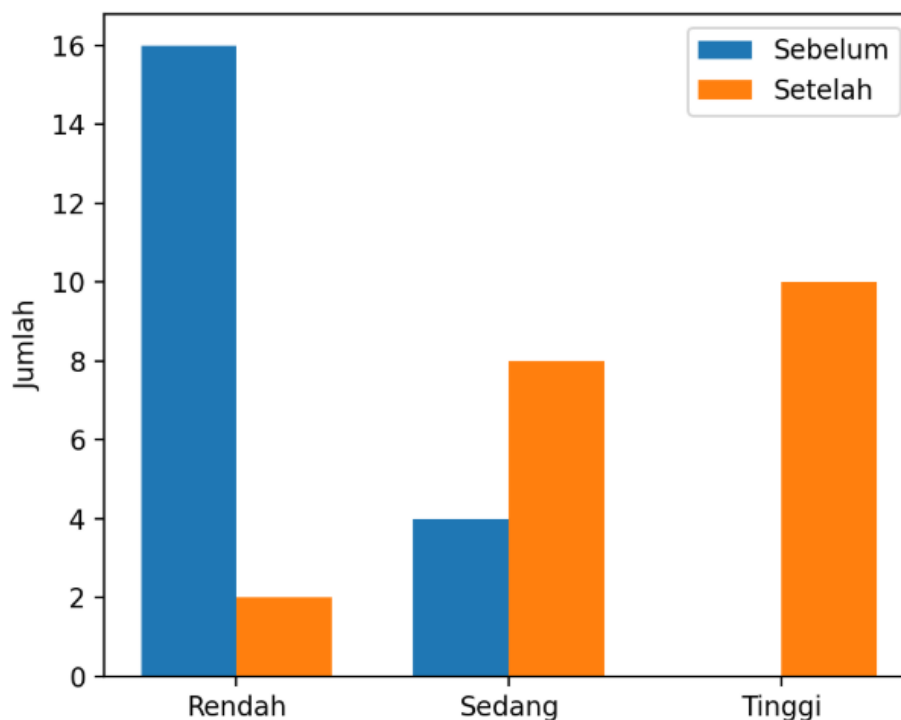
Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan yang menggabungkan praktik komunikasi langsung dengan konteks budaya lokal memberikan dampak positif terhadap kepercayaan diri peserta dalam menggunakan Bahasa Inggris. Peserta tidak hanya mempelajari kosakata umum, tetapi juga berlatih menyampaikan informasi mengenai destinasi wisata, menjelaskan budaya lokal, serta menceritakan nilai-nilai kearifan lokal kepada wisatawan asing. Dengan demikian, pelatihan ini berhasil mengatasi permasalahan mitra terkait keterbatasan kemampuan komunikasi internasional yang sebelumnya menjadi hambatan dalam promosi wisata Tangkahan.



Grafik 2. Perbandingan Literasi Digital Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan

Berdasarkan Grafik diatas, terlihat bahwa program pengabdian memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan literasi digital masyarakat mitra. Sebelum pelatihan, sebanyak 12 peserta (60%) berada pada kategori rendah dalam penggunaan teknologi digital untuk kepentingan promosi wisata. Sebagian besar peserta telah menggunakan telepon pintar dan media sosial, tetapi pemanfaatannya masih terbatas pada komunikasi pribadi dan belum diarahkan untuk kegiatan pemasaran wisata. Setelah mengikuti pelatihan digital storytelling, terjadi perubahan kemampuan yang cukup besar, ditandai dengan menurunnya jumlah peserta kategori rendah menjadi 1 orang (5%), sementara peserta kategori tinggi meningkat dari 1 orang (5%) menjadi 10 orang (50%).

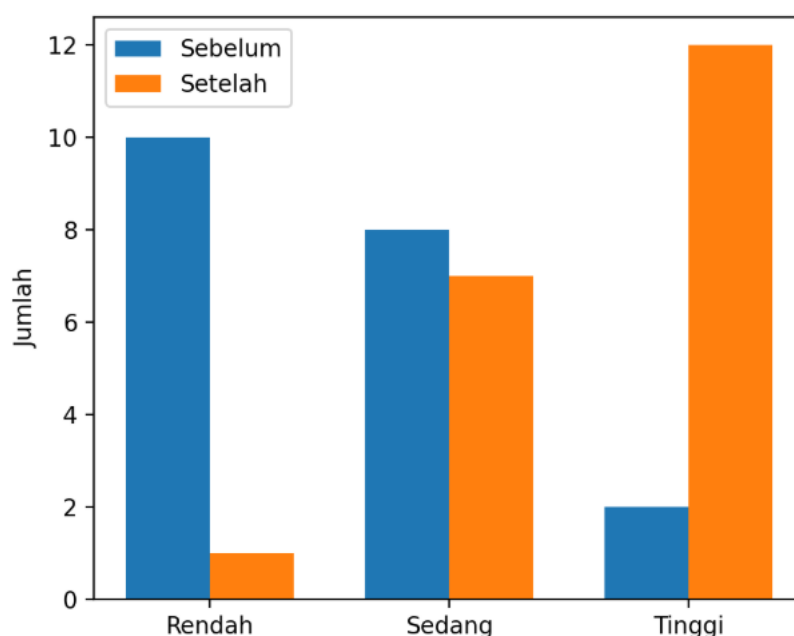
Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengoperasikan teknologi digital secara lebih produktif. Peserta mulai memahami proses pembuatan konten, mulai dari perencanaan ide, pengambilan gambar, penyusunan narasi, penggunaan aplikasi pengeditan video, hingga publikasi melalui media sosial. Peningkatan literasi digital ini menjadi salah satu capaian penting karena kemampuan tersebut memungkinkan masyarakat mengelola promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan tanpa selalu bergantung pada pihak luar.



Grafik 3. Perbandingan Kemampuan Produksi Konten Digital Sebelum dan Setelah Pelatihan

Grafik diatas memperlihatkan perubahan paling signifikan pada kemampuan peserta dalam memproduksi konten digital. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebanyak 16 peserta (80%) berada pada kategori rendah dan tidak terdapat peserta yang memiliki kemampuan tinggi dalam membuat konten promosi wisata. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat belum memiliki keterampilan teknis untuk mengubah potensi wisata dan budaya lokal menjadi media promosi digital yang menarik. Setelah mengikuti pelatihan, kemampuan peserta mengalami peningkatan dengan jumlah peserta kategori tinggi mencapai 10 orang (50%), kategori sedang sebanyak 8 orang (40%), dan kategori rendah hanya tersisa 2 orang (10%).

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan digital storytelling berhasil memberikan keterampilan baru kepada masyarakat dalam mengembangkan media promosi wisata. Peserta mampu memahami bahwa konten digital yang efektif tidak hanya membutuhkan gambar yang menarik, tetapi juga memerlukan narasi yang kuat, penyampaian pesan budaya, serta teknik penyajian yang sesuai dengan karakteristik audiens digital. Produk yang dihasilkan selama pelatihan menjadi bukti bahwa masyarakat telah mampu mengembangkan cerita lokal menjadi konten promosi yang memiliki nilai budaya sekaligus nilai ekonomi.



Grafik 4. Perbandingan Pemanfaatan Cerita Rakyat sebagai Media Promosi Wisata

Grafik diatas menunjukkan bahwa program pengabdian berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya cerita rakyat dan kearifan lokal sebagai bagian dari strategi promosi wisata. Sebelum pelatihan, sebanyak 10 peserta (50%) masih memiliki pemahaman rendah mengenai pemanfaatan cerita lokal sebagai media promosi, sedangkan hanya 2 peserta (10%) yang memiliki pemahaman tinggi. Setelah kegiatan berlangsung, jumlah peserta dengan pemahaman tinggi meningkat menjadi 12 orang (60%), sementara peserta kategori rendah menurun menjadi 1 orang (5%).

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berhasil membangun perspektif baru masyarakat terhadap nilai strategis budaya lokal. Cerita rakyat yang sebelumnya hanya dianggap sebagai bagian dari tradisi masyarakat mulai dipahami sebagai aset wisata yang dapat dikembangkan melalui teknologi digital. Melalui pendekatan storytelling, masyarakat mampu menghubungkan budaya lokal dengan kebutuhan promosi wisata modern sehingga identitas Tangkahan dapat diperkenalkan secara lebih luas kepada wisatawan. Hasil ini memperlihatkan bahwa integrasi antara budaya, bahasa Inggris, dan teknologi digital merupakan strategi efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat.

Secara keseluruhan, perbandingan data sebelum dan setelah kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat Tangkahan. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator utama, yaitu kemampuan Bahasa Inggris, literasi digital, produksi konten wisata, serta pemanfaatan cerita rakyat sebagai media promosi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan digital storytelling berbasis kearifan lokal mampu menjadi strategi pemberdayaan yang efektif dalam memperkuat literasi budaya, meningkatkan kualitas promosi wisata, dan membuka peluang pengembangan ekonomi kreatif masyarakat lokal.

3.5 Pembahasan Pelaksanaan Program Pengabdian Berdasarkan Hasil Kegiatan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan program pengabdian “Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal” menunjukkan bahwa pendekatan integratif antara teknologi digital, kemampuan bahasa Inggris, dan penguatan budaya lokal mampu menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat desa

wisata. Hasil evaluasi sebelum dan setelah kegiatan memperlihatkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh indikator utama, yaitu kemampuan komunikasi bahasa Inggris untuk pariwisata, literasi digital, produksi konten promosi wisata, serta pemanfaatan cerita rakyat sebagai aset budaya. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Robin (2016) yang menjelaskan bahwa digital storytelling tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai pendekatan pembelajaran yang mampu meningkatkan kreativitas, kemampuan komunikasi, dan keterampilan literasi digital seseorang. Dalam konteks kegiatan ini, masyarakat Tangkahan tidak hanya belajar menggunakan perangkat digital, tetapi juga memperoleh kemampuan untuk menyusun pesan budaya yang memiliki nilai promosi dan edukasi. Perubahan tersebut terlihat dari meningkatnya kemampuan peserta dalam mengembangkan cerita lokal menjadi konten digital yang lebih menarik, sehingga digital storytelling dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat sekaligus media pelestarian budaya.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa penggunaan pendekatan berbasis praktik memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan kemampuan bahasa Inggris peserta. Sebelum pelatihan dilakukan, sebagian besar peserta mengalami keterbatasan dalam menggunakan bahasa Inggris untuk menjelaskan objek wisata, budaya, dan pengalaman lokal kepada wisatawan asing. Namun setelah mengikuti pelatihan *English for Tourism* yang dikombinasikan dengan praktik storytelling, peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi. Temuan ini sejalan dengan konsep *English for Specific Purposes* yang dikemukakan oleh Hutchinson dan Waters (1987), bahwa pembelajaran bahasa akan lebih efektif apabila dikembangkan berdasarkan kebutuhan nyata pengguna bahasa. Dalam kegiatan pengabdian ini, materi bahasa Inggris tidak diberikan secara umum, melainkan disesuaikan dengan konteks pekerjaan dan aktivitas masyarakat sebagai pelaku wisata. Pendekatan tersebut membuat peserta lebih mudah memahami penggunaan bahasa karena mereka langsung menghubungkannya dengan situasi komunikasi yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Hasil ini juga mendukung penelitian Basturkmen (2010) yang menyatakan bahwa pembelajaran bahasa berbasis kebutuhan profesional mampu meningkatkan relevansi dan kebermaknaan proses pembelajaran bagi peserta.

Dari aspek literasi digital, peningkatan kemampuan peserta setelah mengikuti program menunjukkan bahwa masyarakat lokal memiliki peluang besar untuk berkembang apabila diberikan akses terhadap pelatihan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa sebelum pelatihan sebagian besar peserta masih berada pada tingkat kemampuan digital dasar, terutama dalam hal produksi konten dan strategi promosi melalui media sosial. Setelah kegiatan berlangsung, terjadi peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam membuat video storytelling, melakukan pengeditan sederhana, serta memahami strategi publikasi konten digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ng (2012) yang menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan menciptakan, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi melalui media digital. Dalam konteks masyarakat Tangkahan, peningkatan literasi digital menjadi faktor penting karena promosi wisata saat ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam menghasilkan konten yang menarik dan mudah diakses oleh wisatawan. Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian Smeda et al. (2014) yang menemukan bahwa digital storytelling mampu meningkatkan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi secara kreatif melalui proses penciptaan narasi berbasis multimedia.

Selain meningkatkan kemampuan individu, program pengabdian ini juga memberikan dampak terhadap penguatan identitas budaya lokal dan pengembangan strategi promosi wisata berkelanjutan. Sebelum kegiatan dilakukan, cerita rakyat dan kearifan lokal Tangkahan belum banyak dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi pemasaran wisata. Masyarakat lebih sering menampilkan aspek visual berupa keindahan alam, sementara nilai budaya dan cerita yang melekat pada masyarakat belum banyak dikomunikasikan kepada wisatawan. Melalui pelatihan ini, masyarakat mulai memahami bahwa cerita lokal memiliki nilai strategis dalam membangun daya tarik destinasi. Temuan tersebut mendukung penelitian Lund et al. (2018) yang menjelaskan bahwa storytelling dalam pemasaran destinasi mampu menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan suatu tempat karena cerita memberikan pengalaman yang lebih personal dibandingkan promosi konvensional. Dalam konteks Tangkahan, penggunaan cerita rakyat sebagai konten digital tidak hanya memperkuat promosi wisata, tetapi juga membantu menjaga keberlanjutan budaya lokal melalui proses dokumentasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

Lebih lanjut, hasil kegiatan ini memiliki keterkaitan erat dengan konsep Community-Based Tourism (CBT) yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengembangan destinasi wisata. Program pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak cukup hanya dilakukan melalui peningkatan fasilitas wisata, tetapi juga harus memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola informasi, komunikasi, dan promosi destinasi. Peningkatan kemampuan masyarakat dalam menghasilkan konten digital menunjukkan adanya perubahan posisi masyarakat dari sebelumnya hanya sebagai penyedia layanan wisata menjadi pengelola narasi dan citra destinasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Giampiccoli dan Saayman (2018) yang menyatakan bahwa keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya wisata. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan kapasitas masyarakat Tangkahan sebagai pelaku utama dalam pengembangan wisata berkelanjutan.

Dari sisi pemberdayaan ekonomi, kegiatan ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan digital storytelling memiliki potensi untuk menciptakan peluang ekonomi kreatif baru bagi masyarakat. Konten digital yang dihasilkan selama pelatihan dapat digunakan untuk mendukung promosi berbagai aktivitas wisata, produk UMKM, jasa pemandu lokal, maupun pengalaman budaya yang ditawarkan kepada wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi jembatan antara pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan tersebut sesuai dengan teori *Asset-Based Community Development* yang dikembangkan oleh Kretzmann dan McKnight (1993), yaitu bahwa pembangunan masyarakat akan lebih efektif apabila berangkat dari kekuatan dan aset yang telah dimiliki oleh komunitas. Dalam kegiatan ini, cerita rakyat, lingkungan alam, keterampilan masyarakat, dan budaya lokal Tangkahan menjadi aset utama yang dikembangkan melalui teknologi digital.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan kesesuaian dengan berbagai penelitian terdahulu mengenai manfaat digital storytelling, literasi digital, pembelajaran bahasa Inggris berbasis kebutuhan, serta pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Namun, kontribusi utama kegiatan ini terletak pada integrasi beberapa pendekatan tersebut dalam satu program pemberdayaan masyarakat yang secara khusus mengangkat cerita rakyat dan kearifan lokal Tangkahan sebagai fondasi promosi wisata digital. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang banyak membahas digital storytelling dalam konteks pendidikan atau pemasaran secara umum, program ini menempatkan masyarakat lokal sebagai kreator utama yang mampu menghubungkan budaya, teknologi, bahasa, dan ekonomi dalam satu ekosistem pengembangan wisata berkelanjutan. Oleh karena itu, model pengabdian ini dapat menjadi alternatif strategi bagi pengembangan desa wisata lain di Indonesia yang memiliki kekayaan budaya lokal namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan komunikasi global.

4. SIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian “Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal” menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat mitra. Berdasarkan hasil evaluasi sebelum pelaksanaan program, ditemukan bahwa sebagian besar peserta masih mengalami keterbatasan dalam kemampuan bahasa Inggris untuk kebutuhan pariwisata, literasi digital, serta keterampilan memproduksi konten promosi wisata. Data awal menunjukkan bahwa sebanyak 70% peserta berada pada kategori rendah dalam kemampuan bahasa Inggris pariwisata, 60% memiliki literasi digital rendah, dan 80% belum memiliki kemampuan memadai dalam membuat konten digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki potensi budaya dan wisata yang besar, tetapi masih membutuhkan penguatan kapasitas dalam mengemas dan mempromosikan potensi lokal secara efektif.

Setelah pelaksanaan pelatihan, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh aspek yang menjadi fokus kegiatan. Kemampuan bahasa Inggris peserta mengalami perkembangan dengan menurunnya kategori rendah dari 70% menjadi 10%, sementara peserta dengan kemampuan tinggi meningkat dari 5% menjadi 40%. Pada aspek literasi digital, peserta dengan kemampuan tinggi meningkat dari 5% menjadi 50%, sedangkan kemampuan produksi konten digital menunjukkan perubahan signifikan dengan meningkatnya peserta kategori tinggi dari 0% menjadi 50%. Selain itu, pemahaman masyarakat terhadap pemanfaatan cerita rakyat sebagai

media promosi wisata juga meningkat, ditunjukkan dengan peningkatan kategori tinggi dari 10% menjadi 60%. Hasil tersebut membuktikan bahwa pendekatan digital storytelling berbasis kearifan lokal mampu menjadi strategi efektif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi, pelestarian budaya, serta promosi wisata berbasis masyarakat.

Meskipun program pengabdian ini memberikan hasil yang positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah peserta yang terlibat masih terbatas pada 20 orang sehingga hasil kegiatan belum sepenuhnya menggambarkan kondisi seluruh masyarakat Tangkahan. Kedua, durasi pelaksanaan pelatihan masih relatif singkat sehingga pendampingan terhadap produksi konten digital dan strategi pemasaran online belum dapat dilakukan secara maksimal. Ketiga, keberlanjutan program masih membutuhkan dukungan dari berbagai pihak agar masyarakat dapat mempertahankan konsistensi dalam membuat konten, mengelola media promosi, dan mengembangkan jejaring pemasaran wisata. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan diperlukan dalam bentuk pendampingan berkelanjutan, penguatan komunitas kreatif lokal, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata agar dampak program dapat berkembang secara lebih luas dan berkelanjutan.

5. SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian “Implementasi Pelatihan Digital Storytelling Berbahasa Inggris Berbasis Cerita Rakyat dan Kearifan Lokal Tangkahan dalam Meningkatkan Literasi Budaya, Promosi Pariwisata Berkelanjutan, serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal”, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan kegiatan dan penelitian selanjutnya. Pertama, program pelatihan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas, tidak hanya melibatkan kelompok sadar wisata (*Pokdarwis*) dan pelaku usaha wisata, tetapi juga melibatkan generasi muda, pelaku UMKM, pengelola homestay, pemandu wisata, serta kelompok masyarakat lain yang memiliki keterlibatan langsung dalam ekosistem pariwisata Tangkahan. Perluasan partisipasi masyarakat akan memperkuat proses regenerasi pengelola wisata berbasis komunitas serta memastikan keberlanjutan promosi budaya lokal melalui media digital.

Kedua, penelitian atau kegiatan pengabdian berikutnya disarankan untuk mengembangkan model pendampingan jangka panjang yang tidak hanya berfokus pada tahap pelatihan produksi konten, tetapi juga mencakup strategi pengelolaan dan pemasaran digital secara profesional. Pendampingan lanjutan dapat diarahkan pada penguatan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial wisata, optimalisasi mesin pencarian (*search engine optimization*), pengembangan identitas merek destinasi (*destination branding*), serta pemanfaatan platform digital internasional untuk menjangkau wisatawan mancanegara. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya mampu menghasilkan konten digital, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengelola promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.

Ketiga, penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian dengan menggunakan metode penelitian yang lebih komprehensif, seperti pendekatan campuran (*mixed method*) dengan jumlah responden yang lebih besar dan periode pengamatan yang lebih panjang. Pengukuran dampak tidak hanya dilakukan berdasarkan peningkatan kemampuan peserta setelah pelatihan, tetapi juga dapat mencakup indikator ekonomi seperti peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, pertumbuhan pendapatan masyarakat, perkembangan UMKM lokal, serta efektivitas konten digital yang dihasilkan dalam menarik perhatian audiens. Pendekatan tersebut akan memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai hubungan antara literasi digital, promosi budaya, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Keempat, pengembangan konten digital storytelling di masa mendatang perlu memperhatikan aspek keberagaman bahasa dan teknologi. Selain menggunakan bahasa Inggris sebagai media komunikasi internasional, konten dapat dikembangkan dalam berbagai bahasa lain untuk menjangkau pasar wisata yang lebih luas. Pemanfaatan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), tur virtual (*virtual tourism*), dan platform digital interaktif juga dapat menjadi alternatif inovasi dalam memperkenalkan budaya dan destinasi Tangkahan kepada masyarakat global.

Terakhir, diperlukan kolaborasi yang lebih kuat antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas wisata, pelaku industri kreatif, dan masyarakat lokal dalam mengembangkan ekosistem pariwisata berkelanjutan. Perguruan tinggi dapat berperan sebagai mitra pendamping melalui kegiatan penelitian, pelatihan, dan inovasi teknologi, sementara masyarakat lokal tetap menjadi aktor

utama dalam menjaga nilai budaya dan mengelola potensi wisata. Dengan adanya sinergi tersebut, program digital storytelling berbasis cerita rakyat dan kearifan lokal tidak hanya menjadi kegiatan jangka pendek, tetapi dapat berkembang menjadi strategi pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing pariwisata Tangkahan di tingkat nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Basturkmen, H. (2010). *Developing courses in English for specific purposes*. Palgrave Macmillan.
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1–27.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. Cambridge University Press.
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. ACTA Publications.
- Lund, N. F., Cohen, S. A., & Scarles, C. (2018). The power of social media storytelling in destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.08.003>
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065–1078. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016>
- Robin, B. R. (2016). The power of digital storytelling to support teaching and learning. *Digital Education Review*, 30, 17–29.
- Smeda, N., Dakich, E., & Sharda, N. (2014). The effectiveness of digital storytelling in the classrooms: A comprehensive study. *Smart Learning Environments*, 1, Article 6. <https://doi.org/10.1186/s40561-014-0006-3>
- Akhter, S., & Sultana, S. (2021). Digital storytelling as a tool for enhancing communication skills and cultural awareness. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 16(9), 165–178.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Choi, Y., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274–1289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.018>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Figueira, L. M., & Rivas, M. (2020). Digital storytelling and tourism promotion: New approaches for cultural heritage communication. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(5), 545–560.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25, 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hsu, C. H. C., & Huang, S. (2012). An extension of the theory of planned behavior model for tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(3), 390–417.
- Kusuma, A., & Sari, D. (2022). Digital literacy empowerment through community-based tourism development in rural areas. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 4(2), 120–135.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2008). *Digital citizenship: The Internet, society, and participation*. MIT Press.
- OECD. (2019). *OECD tourism trends and policies 2019*. OECD Publishing.
- Purnomo, E., & Sari, R. (2021). Local wisdom-based tourism development as a strategy for sustainable rural tourism. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 4(3), 45–57.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Sharples, M., Adams, A., Ferguson, R., Gaved, M., McAndrew, P., Rienties, B., Weller, M., & Whitelock, D. (2015). *Innovating pedagogy 2015: Open University innovation report 4*. The Open University.
- Suansri, P. (2019). *Community based tourism handbook*. Responsible Ecological Social Tour (REST).
- UNWTO. (2018). *Tourism and culture synergies*. World Tourism Organization.

- UNWTO. (2020). *International tourism and COVID-19: Global tourism recovery*. World Tourism Organization.
- Wang, Y., & Xiang, Z. (2007). Toward a theoretical framework of collaborative destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 75–85.
<https://doi.org/10.1177/0047287507302384>
- Wallace, V. P. , Bamber, J. C. dan Crawford, D. C. 2000. Classification of reflectance spectra from pigmented skin lesions, a comparison of multivariate discriminate analysis and artificial neural network. *Journal Physical Medical Biology* , No.45, Vol.3, 2859-2871