

## PELATIHAN KOMUNIKASI NARATIF UNTUK Mendukung *DIGITAL VILLAGE BRANDING*

Bunga Asriandhini<sup>1</sup>, Muhammad Abdul Kafi Thosien<sup>2</sup>, Eyora Jasmine Nan Kinasih<sup>3</sup>

Universitas Amikom Purwokerto

email: [bunga.asriandhini@amikompurwokerto.ac.id](mailto:bunga.asriandhini@amikompurwokerto.ac.id)

Submitted: 01 September 2021, Revised: 15 September 2021, Accepted : 25 September 2021

### Abstrak

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan komunikasi naratif ini bertujuan untuk mendukung pemerintah dalam mengembangkan desa wisata Melung. Desa Wisata melung yang terletak di Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas adalah salah satu desa yang berpotensi menjadi desa wisata yang maju. Strateginya yang dapat dilakukan adalah dengan membangun identitas atau *brand* unik yang tidak dimiliki desa sekitarnya. Peserta pelatihan adalah anggota karang taruna yang memiliki minat terhadap pembuatan konten kreatif. Persoalannya adalah peserta belum mengetahui konsep branding. Fasilitator mengadakan sharing knowledge tentang branding, promosi, dan berita, serta perbedaan dari ketiganya. Branding memerlukan kekuatan narasi, maka fasilitator melanjutkan dengan pelatihan membuat narasi digital branding mengenai potensi unik Desa Wisata Melung. Hasilnya peserta mengalami peningkatan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan dalam membuat narasi *digital village branding*.

**Kata Kunci:** Pelatihan Komunikasi Naratif; Digital Village Branding; Konten Kreatif

### Abstract

*This community service in the form of narrative communication training aims to support the government in developing Melung tourism village. The development of tourism village is one of the government's priority programs. Melung Tourism Village which located in Kedungbanteng district, Banyumas Regency is one of the many villages that have the potential to become a flourishing tourism village. The strategy that can be developed is to build a unique identity or brand which differ from other villages around it. The trainees are members of youth organization that have shown interest in creating creative contents. The issue faced is that the participants have no knowledge of the concept of branding. The facilitator will hold a knowledge sharing forum about branding, promotion, and news as well as the differences between the three. Branding requires narrative power, henceforth the facilitator proceeds with more training about creating a digital branding narrative of the unique potential in Melung Tourism Village. As a result participants will have an increased knowledge, insight, and skills in creating digital village branding narrative.*

**Keywords:** Narrative Communication Training; Digital Village Branding; Creative Content

## PENDAHULUAN

Desa Melung layaknya surga kecil yang terletak di lereng Gunung Slamet, gunung terbesar di Jawa Tengah. Penetapan desa Melung menjadi desa wisata melalui Surat Keterangan Bupati Banyumas pada bulan Maret 2020 memerlukan perhatian lebih dalam pengelolaannya. Desa wisata Melung memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Potensi utamanya adalah bentang alam yang didominasi ciri khas atraksi wisata pegunungan. Pada salah satu sudut desa terdapat atraksi wisata andalan yaitu "Wisata Pagubungan Melung".

Sejak tahun 2008 Desa Wisata Melung membangun infrastruktur jaringan internet secara bertahap melalui gerakan internet masuk desa. Gerakan ini diinisiasi oleh pemerintah desa agar masyarakat dapat mengakses informasi seluas-luasnya untuk mengembangkan wawasan. Bukan hanya mengakses,

tersedianya jaringan internet saat ini juga dimanfaatkan sebagai media pengenalan dan promosi desa wisata. Berdasarkan observasi, Desa Wisata Melung telah melakukan upaya pengenalan desa melalui media sosial Instagram dan *website* desa. Konten Instagram memuat foto dan video singkat atraksi wisata menggunakan aplikasi tik tok, strategi ini bertujuan untuk mempromosikan destinasi wisata, sedangkan *website* desa lebih difungsikan untuk memuat profil desa, berita desa, dan informasi desa lainnya.

Mengingat pembangunan desa wisata menjadi prioritas pemerintah saat ini, strategi promosi saja belum optimal dalam mengangkat eksistensi Desa Wisata Melung. Perlu didukung dengan strategi lain, salah satunya yaitu *digital village branding*. Konsep *Digital Village Branding* bertujuan untuk membangun identitas dan citra Desa Wisata Melung dengan memanfaatkan media baru. Dalam penelitiannya, Widokarti dan Priansa (2019) menjelaskan *brand* destinasi dapat mengonstruksi *brand* dan menyebarkan pesan-pesan *branding* tersebut melalui media. Govers dan Go (2009) mengutarakan bahwa *place branding* merupakan upaya membangun identitas kompetitif, berkomunikasi dan menstimulasi kreatifitas dan inovasi terhadap ide *brand* yang diangkat, yakni atraksi dan pelayanan wisata, produk lokal, infrastruktur, edukasi, dan *culture heritage*.

Pandemi covid-19 menjadi tantangan bagi pemerintah desa agar semakin kreatif untuk mengangkat keunikan Desa Wisata Melung. Salah satunya membuat konten kreatif sebagai media *digital village branding*. Dalam pembuatan konten digital yang menarik, tentu membutuhkan seni mengolah dan merangkai narasi yang tepat, agar pesan yang disampaikan dapat membangun persepsi audiens kepada kesadaran *brand* Desa Wisata Melung. Membuat sebuah narasi *branding* yang menyentuh benak audiens adalah keterampilan yang perlu dipelajari.

Pemerintah desa menghendaki agar warga mendapatkan cukup pengetahuan dan keterampilan membuat narasi *branding*. Berdasarkan latar belakang, pihak desa mencermati perlu menyelesaikan dua permasalahan terkait (1) belum tercukupinya pengetahuan tentang membangun narasi *branding* Desa Wisata dan (2) belum terfasilitasinya pelatihan keterampilan membangun narasi *branding*.

Potensi Desa Wisata Melung yang besar perlu didukung melalui optimalisasi peran aktif warga dalam membantu mengelola pengembangan desa wisata. Pemerintah desa saat ini memerlukan bentuk kerjasama dari berbagai pihak, salah satunya dari akademisi untuk memberi dukungan penerapan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada warga Desa Wisata Melung.

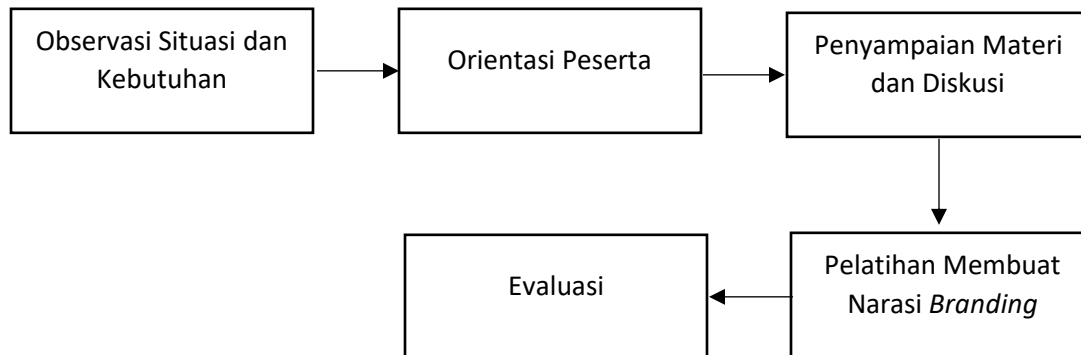
Guna mendukung optimalisasi strategi pengembangan desa wisata, solusi yang ditawarkan adalah pemberdayaan warga dengan cara (1) *sharing knowledge* bagaimana membangun narasi *branding* desa wisata dan (2) pelatihan keterampilan membangun narasi *branding* desa wisata yang menonjolkan karakteristik unik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 7 Februari 2021, bertempat di Balai Desa Melung, Jalan Raya No.50-51, Dusun II, Melung, Kec. Kedungbanteng, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152. Lokasi balai desa secara geografis lebih mudah dijangkau oleh peserta pelatihan.

Peserta pelatihan berjumlah sepuluh orang perwakilan dari organisasi Karang Taruna Desa. Jumlah tersebut disesuaikan dengan aturan protokol kesehatan mengingat kegiatan ini dilaksanakan pada situasi pandemi covid-19. Pemilihan peserta berdasarkan kesesuaian minat terhadap *content creating* dan mengakomodasi kepentingan pihak desa untuk memberdayakan warga agar berperan serta dalam membangun *brand* Desa Wisata Melung.

Metode pelaksanaan yang sesuai dengan kondisi peserta, sistematis, terukur, dan evaluatif menentukan tingkat keberhasilan pelatihan. Berdasarkan permasalahan mitra, metode yang digunakan yaitu (1) Observasi Situasi dan Kebutuhan, (2) Orientasi Peserta, (3) Penyampaian Materi dan Diskusi, (4) Praktek membuat narasi, dan (5) Evaluasi.



**Bagan 1.** Metode Pelaksanaan Pengabdian

Sumber: Dokumen Olahan Pribadi

**Observasi Situasi dan Kebutuhan** dilakukan sebagai kegiatan pratinjau terhadap permasalahan dan faktor pendukung untuk penyelesaian masalah. Tinjauan dilakukan dengan cara mengunjungi Desa Wisata Melung, melihat potensi sumber daya alam yang ingin dikembangkan, mengamati potensi sumber daya manusia yang dapat diberdayakan untuk mendukung penyelesaian masalah.

**Orientasi Peserta** dilakukan satu minggu sebelum pelatihan dilaksanakan. Gunanya untuk menjalin kedekatan antara fasilitator dengan peserta. Kedekatan yang terjalin dapat memudahkan penyampaian materi, agar pesan yang disampaikan lebih efektif.

**Penyampaian materi dan diskusi** diisi dengan *sharing knowledge* mengenai cara membangun narasi dan pemanfaatan media baru dalam *digital village branding*. Sesi ini bertujuan untuk membangun pengetahuan terlebih dahulu tentang daya magis sebuah narasi yang dapat menarik bahkan mengonstruksi pikiran audiens terhadap *brand*, juga mengenai optimalisasi pemanfaatan media digital agar *branding* yang dilakukan lebih efisien.

**Pelatihan membuat narasi branding** bertujuan untuk mengembangkan keterampilan mengolah diksi, karena setiap konten memiliki tujuan berbeda, maka diksi yang digunakan pun sebaiknya tepat tujuan. Misalnya membuat konten promosi tentu membutuhkan narasi berbeda dengan konten *branding* karena keduanya memiliki tujuan berbeda. Fasilitator memberi berbagai tantangan kasus, lalu peserta diberi kesempatan untuk bernarasi secara lisan.

Kegiatan ini diakhiri dengan **evaluasi** terhadap pemahaman materi dan pelatihan. Pemahaman materi diukur dari perbandingan tingkat pengetahuan sebelum dan sesudah pemberian materi melalui kuis spontan. Sedangkan tingkat pemahaman pelatihan keterampilan membangun narasi diukur melalui *feed back* peserta terhadap berbagai tantangan kasus yang diberikan oleh fasilitator dibandingkan dengan keterampilan membangun narasi dari konten digital yang sudah diproduksi sebelum pelatihan dilaksanakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan komunikasi naratif yang dilaksanakan di Desa Wisata Melung merupakan bagian dari proses pembelajaran dan pengalaman peserta anggota karang taruna Desa Wisata Melung dalam mengembangkan wawasan, keterampilan, serta meningkatkan kemampuan komunikasi naratif yang bertujuan untuk mendukung upaya pemerintah desa dalam membranding Desa Wisata Melung. Terlebih sejak pandemi covid-19, pemerintah desa memiliki tantangan untuk mengenalkan desanya kepada masyarakat luas karena saat ini strategi konvensional memiliki pergerakan yang sangat terbatas. Pada akhirnya komunikasi melalui *platform-platform* digital menjadi alternatif strategi yang utama dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia yang tersedia. Sejalan dengan hal tersebut, peserta merupakan sumber daya yang berada pada fase usia produktif, terlebih mereka familiar dengan media baru, beberapa diantaranya aktif membuat konten secara pribadi maupun untuk kepentingan promosi destinasi wisata di desa Melung.

Komunikasi naratif merupakan bentuk penyampaian pesan yang menitikberatkan pada narasi. Keberhasilan konten komunikasi bukan hanya didukung dari sisi teknis seperti keindahan desain grafis atau teknik videografi. Penting untuk diperhatikan bahwa keseluruhan pesan yang disampaikan bisa memberikan dampak, seperti mengonstruksi pemikiran audiens bahkan sampai mengubah perilaku. Berapa banyak himbauan, infografis, konten video, dan informasi penting lainnya hanya berlalu begitu saja, tidak memberi dampak bahkan perubahan perilaku pada orang yang menerimanya. Berikut merupakan contoh himbauan yang memberi kesan negatif dan minim dampak perubahan perilaku.



**Gambar 1.** Himbauan Tidak Membuang Sampah Sembarangan  
Sumber: [www.beepdo.com](http://www.beepdo.com)

Narasi yang ditampilkan pada himbauan tersebut dapat terkesan lucu, namun juga terkesan menghina. Menyimak pembahasan penelitian Amelia (2020) bahwa tidak semua orang mampu mempersepsi makna denotasi dan konotasi sebuah narasi secara tepat. Narasi yang digunakan untuk kepentingan yang ditujukan untuk membangun kesadaran seluruh lapisan masyarakat hendaknya menggunakan narasi yang jelas poinnya dan lebih kepada mengajak. Artinya, gaya narasi perlu disesuaikan dengan konteks tujuannya.

Teks naratif sering digunakan pada karya sastra. Sebut saja puisi, prosa, atau novel. Kahlil Gibran seorang penyair ternama dengan gaya narasi yang khas, atau Taufiq Ismail yang menarasikan puisinya

secara apik dan menyentuh hati. Sebuah narasi memiliki daya magis yang mampu menyeret penikmatnya ke dalam imajinasi liar. Narasi mampu menggugah rasa penasaran audiens terhadap gagasan yang disampaikan narator. Sobur (2016) mengenalkan gambaran konsep teks naratif yang ditawarkan Chatman bahwa sebuah narasi menggambarkan siapa penulis dan siapa pembacanya, di mana hubungan antara penulis dan pembaca sangatlah kompleks. Mencermati gambaran konsep teks naratif yang dikemukakan Sobur, kompleksitas hubungan antara penulis dengan pembaca perlu diperhatikan karena akan memengaruhi isi narasi.

Bentuk narasi iklan, berita, *branding*, dan berbagai pesan informasi lainnya tentu berbeda. Pada kegiatan ini fasilitator memberikan pengetahuan terlebih dahulu mengenai *branding*, promosi, dan berita, peserta perlu memahami perbedaannya, terutama dari segi tujuannya. Pada tahap ini peserta mampu membedakan keempatnya. Pemahaman ini dilakukan agar peserta mampu mengolah diksi untuk tujuan secara tepat.

Pengetahuan peserta terbatas mengenai *branding* menjadi catatan bagi fasilitator. Kegiatan ini diawali dengan *sharing knowledge* terkait konsep *branding*, perbedaannya dengan promosi, dan bagaimana membuat narasi *branding*. Setelah peserta memahami konsep *branding*, fasilitator memberikan beberapa contoh mengolah diksi agar menjadi narasi yang memberi kesan tertentu di benak pembacanya, karena narasi adalah seni, dapat memengaruhi, dan memainkan emosi.



SURGA KECIL DI KETINGGIAN 600 MDPL



DESA MELLUNG DI LERENG GUNUNG SLAMET

### Bermain Kata

Desa Melung adalah sebuah desa di kaki gunung Slamet. Desa ini sangat menarik, memiliki tempat wisata yang dinamakan wisata pagubugan Melung. Pemandangannya indah, ada kuliner, gubug-gubug kecil di tengah sawah, dan homestay. Anda dapat berkunjung kesini setiap hari dari jam 08.00 sampai jam 17.00.

Mengunjungi surga kecil di lereng gunung terbesar di Jawa Tengah ini memiliki kesan tersendiri. Sejuknya udara, indahny hamparan sawah, hijaunya pegunungan, membuat kita betah berlama-lama menikmati kebersahajaan alamnya. Jika anda membawa serta keluarga, ajaklah putra putri anda bermain air terjun buatan dan kolam renang yang terletak di tengah sawah, rasakan segarnya mata air pegunungan. Jika anda lapar jangan khawatir, anda bisa menikmati kuliner tradisional khas Banyumas yang tidak boleh ketinggalan untuk dicoba. Catat jam operasionalnya, mulai pukul 08.00 sampai 17.00, kami tunggu kedatangan anda bersama keluarga.

**Gambar 2.** Mengolah Diksi yang Berkesan  
Sumber: Dokumen Pribadi

Pada tahap *sharing knowledge*, fasilitator memberikan kuis singkat terkait materi. Melalui kuis tersebut fasilitator dapat mengukur tingkat pemahaman peserta. Dalam hal ini peserta mampu membedakan tujuan *branding*, promosi, dan berita, ditunjukkan dengan ketepatan menjawab kuis singkat dari fasilitator.



**Gambar 3.** Pelatihan Komunikasi Naratif  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pengetahuan dasar terhadap konsep *branding*, promosi, dan berita menjadi bekal bagi peserta memasuki tahap pelatihan komunikasi naratif untuk membuat narasi *branding*. Pada tahap ini fasilitator memberikan kesempatan kepada setiap peserta untuk praktek menarasikan keunikan potensi Desa Wisata Melung, dapat berupa narasi foto atau video singkat. Keterbatasan tahap ini yaitu fasilitator hanya melakukan praktek secara lisan karena kondisi pandemi maka dibatasi oleh waktu yang singkat. Meski demikian, pelatihan ini dapat terukur dari perubahan pemilihan diksi yang dipilih peserta secara umum. Selain itu peserta juga mampu membuat narasi bertujuan untuk *village branding* yang diterapkan untuk konten digital.

## KESIMPULAN

Potensi besar Desa Wisata Melung selayaknya dikembangkan dengan berbagai strategi, salah satunya adalah *digital village branding*. Pandemi covid-19 memerlukan kreativitas dan inovasi strategi *branding* melalui berbagai platform digital agar keberadaan Desa Wisata Melung beserta keunikannya dapat diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas.

Upaya *digital branding* memerlukan narasi yang tepat tujuan dan memberikan kesan tertentu di benak masyarakat. Pelatihan komunikasi naratif dilaksanakan untuk mengembangkan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan peserta (anggota Karang Tarun Desa Wisata Melung) dalam membangun narasi yang bermakna. Peserta berlatih membuat narasi untuk menunjukkan keunikan Desa Wisata Melung sehingga masyarakat mengingat Melung dengan ciri khasnya yang tidak dimiliki desa lain disekitarnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjalan dengan keterlibatan banyak pihak. Terima kasih kepada Universitas Amikom Purwokerto, telah memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Terima kasih kepada mitra PKM, Kelurahan Desa Melung, serta masyarakat setempat. Tidak lupa terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung penuh kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Amelia, Fitri. (2020). *Makna Denotasi dan Konotasi Wacana Narasi Bahasa Makassar*. Panrita Jurnal Sastra dan Bahasa Daerah Serta pembelajarannya. Vol 1 No. 1 Oktober 2020.

Govers, Robert., Go, Frank. (2012). *Place Branding, Glocal, Virtual, and Physical Identities, Constructed, Imagined, and Experienced*. USA: Palgrave Macmillan.

Sobur, Alex. (2016). *Komunikasi Naratif Paradigma, Analisis, dan Aplikasi*. Bandung: Remaja Rodsakarya.

Widokarti, Joko Rizkie., Priansa, Donni Juni. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Industri Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

----- (2020). <https://www.melung.desa.id/mokal-kearifan-lokal-dalammenggarap-sawah/>

### Sumber Lainnya:

Peraturan Bupati Banyumas No.29 Tahun 2018 Tentang Perubahan Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Banyumas Tahun 2018.

Peraturan Gubernur Jawa Tengah No. 53 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No. 2 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata Di Provinsi Jawa Tengah.