



PERANCANGAN KONTEN STORYNOMICS BERBASIS DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS KOMUNIKASI PARIWISATA DI DESA WISATA CIBULUH KABUPATEN SUBANG PADA MASA NEW NORMAL

Oleh

Reza Saeful Rachman¹⁾, Daniel Paulus Evert²⁾, Tanto Trisno Mulyono³⁾, Yusril Arifaturohman⁴⁾, Nadia Hafsa Fauziah⁵⁾

^{1,2,3,4,5}Universitas Sangga Buana

Email: reza.saeful@usbypkp.ac.id

Abstract

Tourism is one of the sectors that has been severely affected by the Covid-19 pandemic. Realizing this, various parties have begun to prepare various recovery efforts that will be applied during the adaptation period of new habits. One of the efforts to improve the quality of tourism communication is to apply the concept of Storynomics. This concept allows tourists to explore tourist destinations in depth with the help of digital media. The purpose of this research is to design a digital-based storynomics concept that will be implemented in an effort to improve the quality of tourism communication in the tourist village of Cibuluh, Subang. The method used in this research is the 4D concept R & D research method. As for the results of this development research, it is at the define stage that a needs analysis is carried out through interviews with tourism village driving figures where it is produced that there is a need for digital-based storynomics content in the form of articles, photos, and videos. Then at the Design and Develop stage, the design of articles, photos, and videos is produced which is then uploaded to the google site website and also makes a mock up design, and the last is the Disseminate stage where the mockup will be printed and uploaded on social media.

Keywords: Tourism Communication, Covid-19, New Normal, Storynomics, Cibuluh

PENDAHULUAN

Pandemik Covid-19 berdampak luar biasa dalam melemahnya berbagai sektor di Indonesia. Pariwisata adalah salah satu sektor yang terdampak luar biasa akibat hal tersebut. Pandemi mengharuskan hotel, akomodasi, cafe, destinasi wisata, mall, dan bagian lainnya dalam ekosistem pariwisata untuk tutup. Dalam kurun waktu satu tahun sejak munculnya pandemi ini dampak yang ditimbulkan dalam sektor pariwisata tergolong cukup tinggi mulai dari hilangnya pemasukan negara dari sektor pariwisata, tutupnya beberapa perusahaan jasa pariwisata, dan yang luar biasa adalah 13 juta sumberdaya manusia dalam ekosistem pariwisata Indonesia yang terancam hilang pekerjaannya. Data tahun 2019 menunjukkan bahwa sektor pariwisata adalah salah satu

sumber pemasukan negara yang cukup besar yakni 1.200 triliun rupiah.

Satu tahun sejak munculnya pandemi Covid-19, pada tahun 2021 Indonesia mulai menapaki era adaptasi kebiasaan baru. Meskipun pandemi belum berakhir, pemerintah sudah menyiapkan berbagai kebijakan pemulihan ekonomi yang salah satunya adalah pemulihan sektor pariwisata di era adaptasi kebiasaan baru. Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif terus menggenjot pariwisata Indonesia yang sebelumnya lesu dengan berbagai strategi, pendekatan, dan model. Dalam fungsi ini komunikasi pariwisata memegang peranan penting dalam upaya pemulihan tersebut. Namun dalam implementasinya, model/strategi/pendekatan komunikasi pariwisata yang sebelumnya pernah ada perlu



untuk mendapat penyesuaian dengan pola adaptasi kebiasaan baru.

Storynomics adalah salah satu model baru dalam komunikasi pariwisata. Konsep ini memungkinkan wisatawan untuk dapat menjelajah destinasi wisata secara mendalam baik secara digital melalui media digital maupun secara konvensional melalui pemandu wisata. Namun dalam era pandemik seperti ini, media digital dapat memegang peran lebih penting akibat dari perlunya menjaga jarak antara individu satu dengan lainnya.

Desa Cibuluh, Kecamatan Tanjungsiang, Kabupaten Subang adalah salah satu desa wisata yang cukup terdampak akibat pandemik Covid-19. Padahal desa wisata ini telah memiliki beberapa keunggulan dalam sektor pariwisata. Namun dampak dari belum mutakhirnya sistem komunikasi pariwisata di desa tersebut, akibatnya ketika pandemik muncul aktifitas pariwisata menjadi menurun signifikan. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan di atas tim peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul "Pengembangan Model Storynomics Berbasis Digital Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pariwisata Desa Wisata Cibuluh Kabupaten Subang". Penelitian ini menggunakan metode R & D model 4D karena target hasil akhir dari penelitian ini adalah model storynomics berbasis digital yang kedepannya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat desa wisata cibuluh. Hasil berupa model ini selanjutnya juga akan tim peneliti implementasikan dalam kegiatan abdimas sehingga masyarakat desa Cibuluh dapat memahami model ini secara komprehensif.

LANDASAN TEORI

Agar tergambar jelas posisi penelitian ini (state of the art) berikut adalah riset terdahulu mengenai model storynomics, komunikasi pariwisata era pandemik, juga riset mengenai desa wisata Cibuluh yang tim peneliti telusuri dari berbagai literatur.

Yang pertama adalah riset Assiddiq [1] yang berjudul "Strategi Pemertintah Daerah dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuluh oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang Tahun 2017". Penelitian ini berjudul Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuluh oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang Tahun 2017. Penelitian ini dilatarbelakangi karena masih terdapatnya permasalahan-permasalahan yang terjadi dilapangan seperti tidak kuatnya landasan hukum mengenai pariwisata, kurang mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada, serta tidak terpeliharanya objek wisata. Simpulan dari penelitian ini adalah strategi pengembangan Desa Wisata Cibuluh masih kurang dalam aspek perumusan kebijakan serta operasionalisasi kebijakan.

Yang kedua adalah riset dari Arifudin [2] yang berjudul "Manajemen Desa Wisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Desa Cibuluh Tanjungsiang Kabupaten Subang". Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa Desa wisata Cibuluh ini dikelola langsung oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang saat ini memiliki berbagai tempat wisata diantaranya Saung Mulan, Tepas Seuweu, Saung Budaya Bolang, dan lain sebagainya.

Yang ketiga adalah riset Nurazizah [3] yang berjudul "Mengembangkan Nasionalisme Melalui Program Festival Tujuh Sungai Di Desa Wisata Cibuluh Kabupaten Subang". Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai kegiatan Festival Tujuh Sungai yang meliputi ritual upacara adat, makan bersama (ngaliwet), pagelaran kesenian dan atraksi budaya sungai, dapat mengembangkan nasionalisme yakni, melestarikan budaya lokal, sikap rela berkorban, memupuk tali persaudaraan dan kebersamaan, serta cinta tanah air. Selain minimnya pengalokasian anggaran, tingkat partisipasi dan pemahaman masyarakat akan tanggung jawab dan pentingnya pelestarian budaya sungai khususnya masyarakat di luar aliran sungai Desa Cibuluh masih rendah, serta



mobilitas panitia penyelenggara masih menjadi beberapa kendala yang harus dihadapi dalam kegiatan ini. Oleh karena itu, solusi yang dilakukan dalam upaya menghadapi hambatan program Festival Tujuh Sungai ialah perlu adanya peningkatan dalam pengalokasian anggaran selain dari desa setempat, seperti bantuan pemerintah daerah melalui dinas pariwisata dan kebudayaan, swadaya masyarakat, ataupun pihak lainnya. Kemudian meningkatkan partisipasi aktif masyarakat, menjalin kolaborasi dan sinergisitas antar desa lingkup kecamatan, serta mengutamakan komitmen bersama dalam menjaga pelestarian budaya sungai melalui program Festival Tujuh Sungai sebagai wujud dalam mengembangkan sikap nasionalisme.

Ketiga riset mengenai desa Cibuluh tersebut sangat bermanfaat dalam proses penelitian pengembangan ini khususnya dalam tahap define. Dalam tahap ini selain melakukan analisis kebutuhan dari pihak desa wisata Cibuluh juga dilakukan riset pendahuluan yang dapat dilakukan melalui studi pustaka terhadap penelitian-penelitian terdahulu. Selanjutnya untuk memperkuat penelitian ini digunakan konsep storynomics sebagai model wisata yang akan dikembangkan melalui basis digital.

Yang keempat adalah riset Sari [4] yang berjudul "Storynomics: Memanfaatkan Kekuatan Branding Cerita Rakyat". Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa cerita rakyat merupakan warisan budaya (cultural heritage) dari masa lalu yang terus menunjukkan manfaatnya pada kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi dewasa ini. Di Indonesia, banyak cerita rakyat yang diangkat menjadi branding pariwisata yang sangat efektif. Branding tersebut merupakan contoh storynomics di mana cerita rakyat berkontribusi dalam mempromosikan dan memasarkan daya tarik wisata.

Konsep storynomics diadaptasi dari bidang pemasaran oleh McKee [5]. Dengan menyusun cerita yang bagus, proses pemasaran menjadi berbeda. Sebuah cerita yang memiliki nilai ekonomis dapat menarik minat masyarakat

dalam mengambil keputusan pembelian. Dari segi destinasi pariwisata, cerita nilai ekonomi ini adalah cerita rakyat yang dapat menarik wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung. McKee [5] juga menjelaskan bahwa konsep storynomics adalah mengarang cerita dimana dibutuhkan langkah-langkah yang teratur dan terencana agar ceritanya dapat memukau pendengar atau pembacanya. Saat ini pemasaran melalui periklanan sudah mulai meredup. Dengan demikian mendongeng akan menjadi peluang pemasaran sebagai pengganti kejenuhan dari periklanan. Pakar pemasaran, termasuk perusahaan periklanan, terpaksa mengakui bahwa di era digital ini, strategi pemasaran memang telah beralih dari "Advertising is King" menjadi "Content is King". Lebih lanjut, McKee [5] juga membedakan antara Fictional Story dan Purposeful Story, yaitu perbedaan nyata antara cerita untuk mendongeng (fictional), yang berbeda dengan proses cerita yang mengandung tujuan (purposeful), yang membutuhkan Action. Storynomics mengedepankan narasi, konten kreatif, dan kehidupan budaya, serta menggunakan kekuatan budaya sebagai DNA destinasi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan (R & D). Sugiyono [6] menjelaskan bahwa metode penelitian dan pengembangan (Research and Development) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Pada metode penelitian dan pengembangan terdapat beberapa jenis model. Model yang digunakan adalah pengembangan model 4-D. Model ini dikembangkan oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel [7]. Model pengembangan 4D terdiri atas 4 tahap utama yaitu: Define (Pendefinisian), Design (Perancangan), Develop (Pengembangan) dan Disseminate (Penyebaran). Metode dan model ini dipilih karena bertujuan untuk menghasilkan



produk berupa model storynomics berbasis digital. Produk yang dikembangkan kemudian diuji kelayakannya dengan validitas dan uji coba produk untuk mengetahui sejauhmana peningkatan kualitas konten pariwisata dan implementasinya terhadap wisatawan setelah penggunaan model storynomics berbasis digital diaplikasikan. Adapun tahap prosedur penelitian adalah sebagai berikut.

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah ekosistem pariwisata desa wisata Cibuluh, Kecamatan Tanjung siang, Kabupaten Subang. Adapun yang dimaksud ekosistem pariwisata adalah hal dan pihak yang terlibat dalam suatu proses wisata seperti konten, pemandu wisata, pemangku kebijakan pariwisata, pemilik objek wisata, dan unsur pendukung pariwisata.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dengan cara konvensional maupun melalui bantuan teknologi informasi. Penggunaan sarana digital tidak lain adalah untuk menyiasati pengumpulan data di tengah pandemik sehingga dapat berjalan efektif dan efisien. Proses pengumpulan data akan melibatkan mahasiswa agar terdapat proses transformasi ilmu mengenai mekanisme pengumpulan data dalam suatu penelitian.

Teknik analisis data menggunakan analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman [8] yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang secara interaktif saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data. Remaja Rosdakarya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Kebutuhan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Bapak Udan sebagai tokoh penggerak wisata di desa Cibuluh didapatkan hasil analisis kebutuhan berupa pendigitalisasian konten wisata desa Cibuluh. Hal yang paling utama adalah pembuatan konten yang sesuai dengan kriteria konten foto

dan video yang baik, selanjutnya adalah bagaimana konten tersebut bisa terdistribusi secara digital. Beliau juga menyampaikan bahwa sejak pandemik muncul, angka wisatawan yang datang mengunjungi desa wisata Cibuluh menjadi sangat sedikit. Bahkan pihak-pihak yang sudah menjadwalkan untuk berkunjung pada akhirnya membatalkan jadwal kunjungannya.

Beragam upaya sudah dilakukan untuk menstimulasi agar wisatawan mau berkunjung kembali. Bapak Udan sebagai tokoh penggerak desa Wisata bahkan sudah mengajukan sertifikasi CHSE sebagai standar keamanan berwisata di tengah pandemik. Selain itu upaya memancing para wisatawan agar berkunjung adalah melakukan stimulus melalui media sosial facebook. Hanya saja konten yang diunggah belum melalui proses editing sedemikian rupa sehingga respon yang diharapkan masih kurang. Oleh karena itu, beliau berdiskusi dengan tim peneliti dalam upaya pembuatan konten komunikasi pariwisata. Dalam diskusi tersebut tim peneliti menyampaikan mengenai perancangan konten berdasarkan konsep storynomics berbasis digital yang diharapkan ketika diimplementasikan akan berdampak dalam peningkatan kualitas komunikasi pariwisata di desa wisata Cibuluh.

2. Perancangan Profil Desa Wisata Cibuluh berdasarkan konsep Storynomics

Perancangan konten storynomics berupa artikel ini bertujuan agar masyarakat dapat mengenal desa wisata Cibuluh sebelum berkunjung, atau sebagai media untuk mempelajari desa wisata Cibuluh ketika sudah tiba di sana. Penulisan konten storynomics ini berupa paragraf deskripsi yang menceritakan berbagai hal dan berbagai sisi desa wisata Cibuluh sehingga pembaca mendapatkan pemahaman yang baik.

Desa Wisata Cibuluh, Surga Wisata di Jawa Barat Bagian Utara

Jawa Barat merupakan salah satu daerah primadona destinasi wisata yang paling sering



dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing. Mulai dari wisata alam hingga wisata edukatif semua tersedia di sini. Salah satu bagian wilayah Jawa Barat yang memiliki beragam potensi wisata alam adalah Kabupaten Subang. Mulai dari pesisir laut utara, dataran tengah, hingga dataran tinggi. Tak hanya itu, Subang juga memiliki destinasi wisata budaya yang menarik yakni Desa Wisata Cibuluh di Kecamatan Tanjung Siang. Lokasi Desa Wisata Cibuluh berjarak sekitar 37 km dari pusat Kota Subang. Dari Kota Bandung menuju Desa Cibuluh bisa dilalui dengan mengendarai Elf, angkot, maupun mobil pribadi dengan memakan waktu kurang lebih dua setengah jam perjalanan. Kondisi jalan menuju lokasi ini sudah sangat baik.

Desa ini berada di ketinggian 650 meter dari permukaan laut. Itu berarti menandakan bahwa desa ini berada di daerah pegunungan. Tak ada yang menyangka, bahwa sebuah desa ini memiliki potensi sebagai tempat wisata dengan panorama luar biasa dari sudut pandang alamnya juga potret kehidupan masyarakatnya.

Nama desa Cibuluh sendiri berasal dari kata “Ci” yang berarti air dan “Buluh” yakni salah satu jenis bambu. Menurut cerita beberapa tokoh nama tersebut berasal dari munculnya sumber mata air yang keluar dari jangkar rumpun bambu “Buluh” yang sampai saat ini aliran selokannya bermuara di kali Cileat. Berdasarkan cerita sejarahnya desa ini merupakan gabungan dari dua kelurahan yakni Kelurahan Ciseupan dan Kelurahan Balong. Pada tahun 1928 berakhir kekuasaan di dua kelurahan tersebut, kemudian oleh penggantinya pada tahun itu juga diadakan Musyawarah. Adapun musyawarah tersebut memutuskan bahwa pelaksanaan musyawarah harus diadakan di kampung Cibuluh. Hasil kesepakatan Rempugan (Musyawarah) menghasilkan beberapa keputusan, yaitu sejak tahun 1928 resmilah penghapusan dua kelurahan menjadi satu wilayah pemerintahan dengan nama “Desa Cibuluh”.

Desa wisata ini dikelola langsung oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan nama unit usaha pariwisata. Desa ini menawarkan paket wisata desa untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan budaya masyarakat desa, khususnya masyarakat Sunda. Wisatawan akan diperkenalkan dengan budaya sawah, budaya sungai, budaya bercocok tanam, budaya kesenian, dan permainan tradisional yang biasa dilakukan oleh masyarakat desa. Jika sedang musim menanam padi, wisatawan bisa turun ke sawah untuk mencakul sawah dan menanam padi. Di desa ini, wisatawan juga bisa melihat proses pembuatan makanan tradisional yang dibuat oleh warga sekitar, dan mencoba membuat sendiri. Ada juga arena wisata alamnya, seperti Curug Ciseupan, Monumen Perjuangan, dan lainnya.

Festival Sungai menjadi objek wisata yang wajib Anda kunjungi. Kegiatan ini rutin digelar setiap tahunnya. Festival 7 sungai diselenggarakan sebagai cermin sejarah Desa Cibuluh dengan budaya agraris atau bersawah yang kental di desa. Di sini, terdapat tujuh sungai yang mengalir melalui Desa Cibuluh, yakni Sungai Cikembang, Sungai Citeureup, Sungai Cilandesan, Sungai Cinyaro, Sungai Cileat, Sungai Cikaruncang, dan Sungai Cipunagara. Ketujuh sungai itu menjadi salah satu keajaiban di desa ini yang membantu meningkatkan produktifitas hasil pertanian, dan juga menjadi daya tarik wisata dengan menyediakan wahana arum jeram. Kekayaan sungai ini menjadi salah satu destinasi yang mengundang wisatawan. Pengelola wisata memanfaatkan sungai ini untuk kegiatan rafting dan kegiatan lainnya.

Selain wisata alam, desa wisata ini juga menyediakan berbagai hal untuk memanjakan para wisatawan. Yang pertama adalah adanya saung mulan, nama Saung Mulan diartikan sebagai saung menatap bulan. Sebagaimana pemandangan yang ada terutama pada malam hari, memang tempat ini paling cocok untuk menatap keindahan bulan di malam hari. Desa ini juga menyediakan Tepas Seuweu sebagai



tempat yang cocok untuk berburu cinderamata, dari olahan ukiran bambu. Untuk pengunjung yang lebih suka camping juga bisa mengunjungi Pasir Kidang Malang yang diapit oleh Sungai Cileat, dan Sungai Cikaruncang. Selain itu desa wisata ini juga dilengkapi dengan beberapa fasilitas desa yang akan membuat nyaman para pengunjung, mulai dari homestay, warung, dan fasilitas kesehatan.

Desa ini mempunyai banyak usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dikelola oleh warga desa itu sendiri, seperti menjual rengginang, pisang sale, pakreng, opak, kelontong, bandrek, manisan pepaya, dan masih banyak lagi. Selain menjual makanan dan minuman, masyarakat juga aktif membuat produk-produk kerajinan dari bambu sebagai cinderamata. Rata-rata bahan yang mereka produksi sepenuhnya berasal dari alam sekitar Desa Cibuluh mengingat Cibuluh kaya akan beragam tanaman yang bisa diolah jadi berbagai bahan kreasi yang bisa dijual dan menjadi salah satu penggerak perekonomian masyarakat desa wisata tersebut.

3. Perancangan Digitalisasi Konten Storynomics Desa Wisata Cibuluh

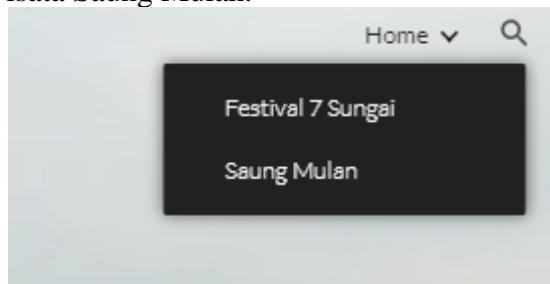
Pada tahap ini dilakukan perancangan media yang akan digunakan untuk mendistribusikan konten pariwisata desa Wisata Cibuluh yang berupa artikel, foto, dan video. Untuk tahap ujicoba, konten yang dibuat akan diunggah ke website google site dengan tautan: <https://sites.google.com/view/desa-wisata-cibuluh/home?authuser=0>

Berikut adalah tampilan halaman awal ketika tautan sudah di klik.



Dalam website tersebut selain profil desa wisata Cibuluh pada pojok kanan atas terdapat pilihan konten-konten wisata khas desa wisata Cibuluh

yakni Festival Tujuh Sungai dan destinasi wisata Saung Mulan.



Untuk mempermudah penyebaran dan mempercepat ketika ingin melihat konten pada website google site maka dibuat pula mock up yang di dalamnya terdapat grafis QR yang dapat diunggah pada media sosial atau dicetak kemudian disimpan di berbagai tempat strategis misalnya kantor desa, atau di setiap destinasi wisata di desa wisata Cibuluh sehingga dapat menstimulus wisatawan untuk dapat mengunjungi semua destinasi wisata yang terdapat di desa wisata Cibuluh. Berikut adalah desain mockup acara Festival 7 Sungai dan destinasi wisata Saung Mulan yang telah dirancang oleh tim peneliti.





4. Pendesiminasian Konten Storynomics Berbasis Digital di Desa Wisata Cibuluh

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah proses diseminasi model storynomics berbasis digital akan dilakukan dengan cara pencetakan mockup juga mengunggah di media sosial. Namun sebelum proses diseminasi ini dilakukan perlu diadakan penyampaian dan pelatihan bagi SDM kepariwisataan di desa wisata Cibuluh agar dapat memanfaatkan model ini secara maksimal. Selain proses diseminasi, proses uji pemanfaatan dapat dilakukan ketika wisatawan berkunjung. Dengan adanya model ini diharapkan selain mempermudah pemerolehan informasi untuk wisatawan ketika akan berkunjung ke desa wisata cibuluh, juga akan mempermudah proses berwisata di masa pandemik di mana pembatasan jarak dan pembatasan interaksi antara manusia dengan manusia lainnya menjadi penting. Konten storynomics berbasis digital dapat dimanfaatkan ketika ingin mengetahui berbagai informasi namun tetap menjaga diri dari interaksi secara langsung akibat pandemi.

PENUTUP

Kesimpulan

Adapun kesimpulan berdasarkan hasil dari penelitian pengembangan ini adalah pada tahap define dilakukan analisis kebutuhan melalui wawancara dengan tokoh penggerak desa wisata dimana dihasilkan bahwa terdapat kebutuhan akan konten storynomics berbasis digital yang berupa artikel, foto, dan video. Kemudian pada tahap Design dan Develop dihasilkan perancangan desain artikel, foto, dan video yang kemudian diunggah ke dalam website

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. N. 1. Assiddiq, "Strategi Pemertintah Daerah dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuluh oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang Tahun 2017," Universitas Padjajaran, Bandung, 2019.
- [2] O. Arifudin, "MANAJEMEN DESA WISATA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DESA CIBULUH TANJUNGSANG KABUPATEN SUBANG," *Jurnal Al Amar*, vol. 1, no. 1, pp. 1-7, 2020.
- [3] H. Nurazizah, "MENGEMBANGKAN NASIONALISME MELALUI PROGRAM FESTIVAL TUJUH SUNGAI DI DESA WISATA CIBULUH KABUPATEN SUBANG.," UPI, Bandung, 2020.
- [4] I. A. L. Sari, "STORYNOMICS: MEMANFAATKAN KEKUATAN BRANDING CERITA RAKYAT," in *Prosiding ISBI Bandung*, Bandung, 2019.
- [5] R. & G. T. McKee, *Storynomics: Story-driven Marketing in the Post-advertising World.*, US: Hachette, 2018.
- [6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [7] S. Thiagarajan, *Instructional Development for Training Teachers of Exceptional Children.*, Washington DC: National



Center for Improvement Educational System., 1974.

- [8] M. H. d. S. J. Miles, Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3, USA: Sage Publications, 2014.