Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat
JPM Bantenese, e-ISSN 2656-1840
Volume 8 Nomor 1 Juni 2026

PENGUATAN IDENTITAS KAMPUNG ADAT MELALUI EKSPLORASI NILAI LOKAL UNTUK PEMBERDAYAAN KOMUNITAS PARIWISATA DI KAMPUNG ADAT MIDUANA CIANJUR

Adi Bayu Mahadian, Zalfa Qathrunnada*, Yoka Pradana, Astri Wulandari, Astaria Eka Santi
Universitas Telkom
Corresponding Author. E-mail*: zalfaqathrunnadazq@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This community engagement program was conducted in Kampung Adat Miduana, Cianjur, a traditional community that preserves strong local wisdom while facing growing interest in cultural tourism. The program aimed to strengthen the community's communication capacity—particularly digital storytelling—so that cultural heritage can be promoted in a sustainable and community-based manner. Using a participatory approach, data were collected through observation, in-depth interviews, and focus group discussions (FGD) involving traditional leaders, youth groups, and local tourism actors. Findings show that the main challenges are not the lack of cultural potential but limited management capacity: absence of written rules, weak institutional structure, minimal digital promotion, and manual administration of visitors. The analysis indicates that participatory communication, opinion leadership, diffusion of innovations, and collective sensemaking play a central role in shaping shared understanding and commitment. The program produced several strategic outputs, including the drafting of tourism SOPs, development of thematic tour packages, structured social media management, digital registration systems, and organizational strengthening. These interventions helped bridge cultural preservation with modern destination management without undermining sacred traditions. Overall, capacity building in communication and digital storytelling proved essential for enabling community-based tourism governance. Miduana demonstrates how cultural authenticity, when supported by participatory processes and clear communication structures, can generate inclusive, ethical, and sustainable tourism development.

***Keywords**: Community Engagement, Kampung Adat Miduana, Digital Storytelling, Participatory Communication, Community-Based Tourism*

Abstrak

Program pengabdian ini dilaksanakan di Kampung Adat Miduana, Cianjur, sebuah komunitas tradisional yang masih menjaga kearifan lokal namun mulai menghadapi peningkatan minat wisata budaya. Tujuan kegiatan adalah memperkuat kapasitas komunikasi masyarakat—khususnya kemampuan storytelling digital—agar potensi budaya dapat dipromosikan secara berkelanjutan dan berbasis komunitas. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan FGD bersama tokoh adat, pemuda, serta pengelola wisata. Hasil menunjukkan bahwa persoalan utama bukan terletak pada keterbatasan potensi, melainkan pada kapasitas pengelolaan: ketiadaan aturan tertulis, kelembagaan yang lemah, promosi digital yang terbatas, serta administrasi kunjungan yang masih manual. Analisis menegaskan pentingnya komunikasi partisipatif, peran opinion leader, proses difusi inovasi, dan sensemaking kolektif dalam membangun kesepahaman dan komitmen warga. Program menghasilkan beberapa langkah strategis, antara lain penyusunan SOP wisata, pengembangan paket wisata tematik, penataan media sosial, digitalisasi registrasi, serta penguatan organisasi pengelola. Intervensi ini menjembatani pelestarian budaya dengan pengelolaan destinasi modern tanpa mengabaikan nilai kesakralan. Secara keseluruhan, penguatan kapasitas komunikasi dan storytelling digital terbukti krusial dalam membangun tata kelola wisata berbasis komunitas yang inklusif, etis, dan berkelanjutan.

Keywords: Pengabdian Masyarakat, Kampung Adat Miduana, Storytelling Digital, Komunikasi Partisipatori, Pariwisata Berbasis Komunitas

Copyright©2026. Adi Bayu Mahadian dan kawan-kawan
This is an open *access* article under the CC–BY NC-SA license.
DOI: https://doi.org/10.30656/kh3cp571

PENDAHULUAN

Kampung Adat Miduana yang terletak di Desa Balegede, Kecamatan Naringgul, Kabupaten Cianjur, merupakan salah satu kekayaan budaya Nusantara yang masih terjaga di tengah derasnya arus modernisasi. Masyarakat Miduana tetap memegang teguh warisan leluhur yang berakar pada nilai kearifan lokal, salah satunya melalui ajaran **Dongdonan** Salapan Wali Puhun, yaitu sembilan pedoman hidup yang menuntun praktik kepemimpinan, kesabaran, harmoni dengan alam, serta etika bermasyarakat. Nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tradisi, tetapi juga menghadirkan solusi kontekstual atas tantangan masa kini, seperti degradasi lingkungan dan krisis identitas budaya.

Pengakuan terhadap eksistensi Kampung Adat Miduana diperkuat melalui Peraturan Bupati Cianjur Nomor 26 Tahun 2022, yang menegaskan bahwa penetapan kampung adat bertujuan menghidupkan kembali peran tokoh adat, melestarikan tradisi yang terancam hilang akibat urbanisasi, serta menjadikan kampung adat sebagai bagian dari pemajuan kebudayaan dan cagar budaya. Dengan demikian, Miduana diposisikan tidak hanya sebagai ruang yang kaya tradisi, tetapi juga sebagai strategi pelestarian kebudayaan daerah yang diakui secara formal (Jackson, 2025).

Selain nilai budayanya, Miduana dikenal sebagai "Kampung Umur Panjang". Rata-rata usia masyarakatnya mencapai lebih dari 90 tahun, bahkan sebagian dilaporkan hingga 125 tahun. Fenomena ini mencerminkan keterhubungan antara gaya hidup tradisional, spiritualitas, dan keharmonisan dengan alam—sebuah karakteristik sosial-kultural yang jarang ditemukan di daerah lain dan menjadi daya tarik wisata yang unik. Beragam tradisi masih dijalankan secara turun-temurun, misalnya ritual Mandi Kahuripan menjelang bulan Ramadhan yang dimaknai sebagai proses penyucian lahir dan batin. Kesenian tradisional seperti Kilingan juga terus dilestarikan melalui perpaduan sinden, vokal alok, dan tabuhan gamelan khas Sunda (Mteti et al., 2025). Selain itu, keberadaan Arca Campalarang memperkuat jejak spiritualitas lokal yang diyakini lebih tua dari pengaruh Hindu, sekaligus menjadi simbol kesucian dan penghormatan yang tetap dijaga masyarakat (Riang et al., 2024).

Seluruh kekayaan tersebut merupakan modal sosial, budaya, dan ekonomi yang berpotensi dikembangkan melalui pariwisata berbasis masyarakat (community-based

tourism) (Murtiningsih et al., 2024) namun, potensi tersebut belum tergarap optimal. Eksposur media masih bersifat insidental dan tidak berkelanjutan, sementara kapasitas pengelola dalam promosi digital relatif terbatas. Akun media sosial yang ada belum dikelola secara aktif, dan belum tersedia website maupun kanal promosi digital resmi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi budaya yang besar dengan kemampuan pengelolaan komunikasi dan promosi destinasi (Sujawoto et al., 2023).

Oleh karena itu, diperlukan intervensi akademik melalui program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan kapasitas komunikasi masyarakat Miduana, khususnya dalam storytelling berbasis kearifan lokal**.** Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Lund et al. (2020) bahwa storytelling mampu membangun keterikatan emosional wisatawan melalui narasi autentik, sehingga meningkatkan daya tarik dan loyalitas destinasi. Chronis (2021) juga menegaskan bahwa storytelling bukan hanya penyampaian fakta, tetapi proses mythmaking yang membentuk makna kultural serta memperkuat identitas destinasi.

Dengan penguatan kemampuan storytelling digital, diharapkan potensi budaya Kampung Adat Miduana dapat dikomunikasikan secara menarik, berkesan, dan berkelanjutan. Program pengabdian ini diharapkan menjadi sarana menjembatani kekayaan tradisi lokal dengan kebutuhan promosi di era digital, sekaligus mendorong kemandirian masyarakat dalam mengelola pariwisata budaya yang berkelanjutan (Hudayana et al., 2019).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat Kampung Adat Miduana sebagai mitra utama. Data diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer melalui observasi lapangan, wawancara dengan tokoh adat, pengelola wisata, dan pemuda setempat, serta data sekunder berupa dokumen kebijakan, arsip desa, dan publikasi terkait kampung adat.

Proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap. Tim terlebih dahulu melakukan observasi terhadap aktivitas budaya, potensi wisata, serta kondisi sarana pendukung. Selanjutnya dilakukan wawancara mendalam untuk menggali makna tradisi, pandangan

masyarakat tentang wisata, dan kebutuhan promosi digital. Tahap utama kegiatan adalah pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan tokoh adat, perangkat desa, pelaku seni, dan pemuda untuk memetakan potensi wisata, mengidentifikasi kendala, serta menyusun prioritas pengembangan yang disepakati bersama.

Pendekatan pengabdian yang digunakan memadukan prinsip participatory rural appraisal dan community-based tourism**,** sehingga setiap keputusan program dibangun melalui dialog dan partisipasi masyarakat. Selain itu, kegiatan diarahkan pada penguatan keterampilan komunikasi melalui storytelling berbasis kearifan lokal, agar masyarakat mampu mengelola dan mempromosikan potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Pemetaan Temuan, Kebutuhan,
dan Rekomendasi Pengembangan Wisata Kampung Adat Miduana

No	Temuan Utama	Kebutuhan yang Diidentifikasi	Rekomendasi Pengabdian
1	Literasi promosi digital masih rendah	Peningkatan kapasitas pemasaran digital dan storytelling	Pelatihan pengelolaan media sosial, content planning, fotografi & copywriting berbasis kearifan lokal
2	Pengelolaan wisata belum memiliki aturan tertulis	Perumusan aturan umum dan khusus kepariwisataan	Penyusunan SOP wisata, kode etik pengunjung, zonasi sakral–non sakral, dan aturan dokumentasi
3	Potensi wisata belum terkemas dalam produk	Penyusunan paket wisata tematik	Perancangan paket hiking, ritual budaya, edukasi alam, live-in, dan wisata spiritual
4	Administrasi kunjungan masih manual	Sistem registrasi dan pembayaran digital	Pembuatan formulir reservasi online, QRIS/digital payment, dan pencatatan basis data pengunjung
5	Tidak ada roadmap pengembangan	Penyusunan milestone jangka pendek, menengah, panjang	Penyusunan peta jalan pengembangan wisata dan indikator keberhasilan tiap tahap
6	Media sosial belum terkelola secara konsisten	Sistem manajemen media sosial terstruktur	Pembentukan tim admin, kalender konten, panduan tone & visual, serta evaluasi rutin performa akun
7	Belum ada tim tanggap darurat wisata	Pelatihan P3K dan sertifikasi dasar keselamatan	Pelatihan P3K, simulasi evakuasi, dan penempatan kotak P3K di titik rawan

8	Kelembagaan pengelola masih informal	Penguatan organisasi pengelola wisata	Pembentukan struktur organisasi, pembagian tugas, mekanisme rapat dan pelaporan

Pemetaan kebutuhan melalui observasi dan FGD menunjukkan bahwa pengembangan Kampung Adat Miduana berada pada fase transisi: dari komunitas adat yang relatif tertutup menuju destinasi budaya yang ingin dikelola secara lebih profesional. Dalam konteks ini, tabel pemetaan kebutuhan memberikan gambaran bahwa tantangan utama tidak terletak pada kurangnya potensi, melainkan pada keterbatasan kapasitas pengelolaan**.**

Temuan pertama terkait literasi promosi digital menggambarkan bahwa ruang digital belum dimanfaatkan secara optimal sebagai alat komunikasi budaya. Tidak adanya strategi konten dan storytelling menyebabkan narasi tentang Miduana hanya muncul sesekali ketika diliput pihak eksternal. Hal ini menunjukkan ketergantungan pada media luar dan melemahkan kemampuan komunitas untuk membangun citra destinasi secara mandiri. Rekomendasi pelatihan promosi digital karenanya tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis: membangun kesadaran bahwa pengelolaan narasi adalah bagian dari kedaulatan budaya.

Selanjutnya, ketiadaan aturan tertulis memperlihatkan adanya kesenjangan antara nilai adat yang hidup dalam praktik sehari-hari dengan kebutuhan pengaturan wisata modern. Tanpa SOP dan kode etik, aktivitas wisata berisiko melanggar ruang sakral atau menimbulkan konflik kepentingan. Penyusunan aturan menjadi mekanisme negosiasi antara pelestarian budaya dan kepentingan ekonomi, sekaligus memastikan bahwa kepariwisataan berjalan sesuai nilai yang dihormati masyarakat adat.

Kebutuhan pengembangan paket wisata menegaskan bahwa potensi yang ada masih bersifat fragmentaris. Ritual, alam, dan seni belum menjadi "produk pengalaman" yang terstruktur. Paket wisata tematik berfungsi sebagai alat kurasi: mengendalikan alur kunjungan, menata interaksi dengan warga, serta memberi kejelasan manfaat bagi wisatawan. Dengan demikian, pengembangan paket wisata bukan sekadar komersialisasi, tetapi juga strategi perlindungan terhadap ritme sosial komunitas.

Sementara itu, rekomendasi digitalisasi sistem registrasi dan pembayaran menandai pentingnya transparansi dan akuntabilitas. Sistem manual menyulitkan pelacakan kunjungan dan pengelolaan keuangan, serta membuka ruang miskomunikasi. Digitalisasi diharapkan membangun kepercayaan publik sekaligus menyediakan basis data yang diperlukan untuk evaluasi jangka panjang.

Penyusunan milestone menunjukkan kesadaran bahwa pengembangan wisata harus berlangsung bertahap. Tanpa roadmap, kegiatan berjalan reaktif dan bergantung pada momentum. Penetapan tahapan pengembangan membantu komunitas menyelaraskan prioritas, mengukur capaian, dan menghindari tumpang tindih program. Pada aspek komunikasi publik, pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur diperlukan agar identitas Miduana terbentuk secara konsisten. Kalender konten dan panduan narasi akan memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak sekadar promosi, tetapi juga edukasi tentang nilai budaya, etika kunjungan, serta praktik pelestarian.

Kebutuhan pelatihan P3K menegaskan bahwa keselamatan adalah bagian integral dari profesionalisasi pengelolaan wisata berbasis komunitas. Sertifikasi P3K bukan hanya upaya mitigasi risiko, tetapi juga simbol kesiapan destinasi menerima kunjungan dalam skala lebih luas. Akhirnya, penguatan kelembagaan muncul sebagai kebutuhan fundamental. Tanpa struktur organisasi yang jelas, berbagai inisiatif—mulai dari promosi digital hingga paket wisata—akan sulit dipertahankan. Kelembagaan yang kuat memungkinkan adanya pembagian peran, mekanisme pengambilan keputusan, serta transparansi pengelolaan sumber daya.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa strategi pengabdian tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pembentukan tata kelola, narasi, dan kapasitas kelembagaan**.** Dengan pendekatan bertahap dan partisipatif, Miduana memiliki peluang untuk mengembangkan pariwisata budaya tanpa kehilangan jati diri sebagai kampung adat yang hidup dan berkelanjutan.

Pembahasan

Pertama, proses FGD menunjukkan bahwa warga tidak sekadar menjadi objek program, tetapi aktor yang ikut mendefinisikan masalah dan solusi**.** Ini sejalan dengan

pendekatan participatory communication**,** di mana komunikasi dipahami sebagai proses dialogis untuk membangun kesepahaman, bukan sekadar penyampaian pesan satu arah. Ketika fasilitator menggali pengalaman lokal, warga merasa memiliki ruang untuk bersuara, sehingga komitmen terhadap hasil program meningkat (Freire, 1970)

Kedua, hasil diskusi memperlihatkan bahwa informasi mengenai potensi wisata sebelumnya menyebar secara tidak merata. Beberapa tokoh kunci seperti ketua RT, pengelola UMKM, atau pemuda karang taruna berperan sebagai opinion leader yang memengaruhi persepsi warga lain. Temuan ini menguatkan konsep two-step flow of communication, bahwa informasi sering bergerak melalui perantara berpengaruh sebelum diterima publik luas (Katz, 1955). Strategi komunikasi publik ke depan karenanya perlu melibatkan aktor-aktor kunci ini secara sistematis.

Ketiga, identifikasi ide-ide pengembangan wisata mulai dari ekowisata, wisata budaya, hingga paket edukasi menunjukkan tahap awal *diffusion of innovations***.** Gagasan baru diuji melalui diskusi, dinilai dari manfaat, kemudahan, dan kesesuaiannya dengan nilai lokal. Warga yang lebih adaptif berperan sebagai *early adopters* yang mendorong legitimasi inovasi di tingkat komunitas (Rogers, 2003). Program pengabdian dapat memperkuat proses ini melalui pendampingan, pilot project skala kecil, dan showcase praktik baik.

Keempat, dinamika FGD juga memperlihatkan proses *sensemaking*: warga menafsirkan peluang dan risiko (misalnya isu sampah, kapasitas infrastruktur, dan keberlanjutan lingkungan) melalui cerita dan pengalaman bersama. Komunikasi di sini berfungsi membantu komunitas "memaknai" perubahan dan membangun orientasi tindakan kolektif (Weick, 2003). Ketika risiko dibicarakan secara terbuka, keputusan yang muncul menjadi lebih realistis dan terukur.

Kelima, dari perspektif komunikasi organisasi dan jaringan pemangku kepentingan**,** diskusi mengungkap bahwa keberhasilan pengembangan wisata sangat bergantung pada koordinasi antara warga, perangkat desa, pelaku usaha, dan pemerintah daerah. Alur komunikasi yang jelas siapa melakukan apa, kapan, dan melalui kanal apa mampu meminimalkan miskomunikasi serta mempercepat implementasi (Heath, 2009). FGD berfungsi sebagai ruang koordinasi awal yang menyusun peta peran.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat di Kampung Adat Miduana menunjukkan bahwa kekayaan budaya, spiritualitas, dan modal sosial yang dimiliki komunitas ini merupakan fondasi penting bagi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Nilai-nilai kearifan lokal seperti Dongdonan Salapan Wali Puhun tidak hanya berfungsi sebagai warisan tradisi, tetapi juga menjadi kerangka etika yang menuntun praktik pelestarian, pengelolaan, dan interaksi wisata. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya terkonversi menjadi manfaat ekonomi maupun promosi identitas kultural karena keterbatasan kapasitas komunikasi, tata kelola, dan pemanfaatan teknologi digital.

Hasil observasi, wawancara, dan FGD memperlihatkan bahwa tantangan utama terletak pada aspek pengelolaan: belum adanya aturan tertulis, digitalisasi administrasi, struktur kelembagaan, serta strategi storytelling yang terencana. Pemetaan kebutuhan menunjukkan bahwa intervensi tidak cukup berhenti pada pelatihan teknis, tetapi harus menyasar penguatan organisasi, perencanaan bertahap, dan konsistensi narasi tentang Miduana sebagai destinasi budaya yang beretika dan berkelanjutan.

Dari perspektif teori komunikasi, proses FGD membuktikan pentingnya komunikasi partisipatif, peran opinion leaders, difusi inovasi, serta sensemaking kolektif dalam membangun kesepahaman dan komitmen warga. Penguatan jaringan pemangku kepentingan dan alur komunikasi yang jelas terbukti menjadi prasyarat bagi koordinasi program dan keberlanjutan inisiatif. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan, tetapi instrumen yang membentuk makna, membangun kepercayaan, dan menggerakkan tindakan kolektif.

Program pengabdian ini berkontribusi pada lahirnya sejumlah langkah strategis: penyusunan SOP wisata, perancangan paket wisata tematik, pengelolaan media sosial yang lebih sistematis, digitalisasi administrasi, serta penguatan kelembagaan pengelola. Inisiatif-inisiatif tersebut menjadi titik awal menuju model pengelolaan pariwisata budaya yang lebih profesional tanpa mengorbankan sakralitas tradisi.

Ke depan, keberlanjutan program akan sangat ditentukan oleh konsistensi pendampingan, mekanisme evaluasi berbasis data, dan penguatan kapasitas generasi muda desa sebagai agen komunikasi digital. Jika dikelola secara partisipatif dan bertahap,

Kampung Adat Miduana berpotensi menjadi contoh praktik baik pengembangan pariwisata budaya yang menjaga identitas, menumbuhkan ekonomi lokal, dan memperpanjang usia kearifan—sebagaimana warga Miduana menjaga panjangnya kehidupan tradisi mereka.'

DAFTAR PUSTAKA

Freire, P. (1970). Pedagogy of the Oppressed. *NY : Continuum Publishing*.

Heath, R. L. , & P. M. J. (2009). Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges (2nd ed.). *CA: Sage Publications.*

Hudayana, B., Kutanegara, P. M., Setiadi, A., Indiyanto, Z., Fauzanafi, M., Dyah, F. N., Sushartami, W., & Yusuf, M. (2019). *Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul* (Vol. 2, Issue 2).

Jackson, L. A. (2025). Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality*, *6*(1). https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029

Katz, Elihu. , & L. P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications.* Glencoe, IL: Free Press.

Mteti, S. H., Mpambije, C. J., & Manyerere, D. J. (2025). Unlocking cultural tourism: Local community awareness and perceptions of cultural heritage resources in Katavi Region in southern circuit of Tanzania. *Social Sciences and Humanities Open*, *11*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101295

Murtiningsih, B. S. E., Meidiyawati, N., & Veronika, V. (2024). Participatory Communication Model Based on Local Wisdom in Ecotourism of West Detusoko Village. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, *9*(1), 22–34. https://doi.org/10.25008/jkiski.v9i1.934

Riang, Y., Bataona, M. R., & Dhosa, D. D. (2024). Dinamika Komunikasi Organisasi Dalam Proses Pengambilan Keputusan Implementasi E-Government Di Pemerintahan Kota Kupang. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, *9*(1), 60–72. https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.161

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. xNY: Free Press.

Sujawoto, F. A., Kartasudjana, T., Shishido, K., & Sarja, N. L. A. K. Y. (2023). Green tourism practices through Odesa social media storytelling method. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, *5*(1), 27–44. https://doi.org/10.31940/ijogtra.v5i1.27-44

Weick, K. E. (2003). Sensemaking in Organizations. *CA: Sage Publications.*