

Pelatihan Copy Writing dan Travel Writing untuk Promosi Pariwisata Geopark Ciletuh-Palabuhan Ratu Bagi Generasi Milenial

¹Sukma Septian Nasution*, ²Laksmay Ady Kusumoriny, ³Sari Fitria, ⁴Hendrik Fasco Siregar, ⁵Frieda Fania

^{1,2,3}Prodi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

^{4,5}Prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Penulis Korespondensi: dosen02032@unpam.ac.id

Abstrak

Desa Ciemas merupakan salah satu dari beberapa desa di Kecamatan Ciemas yang merupakan wilayah penggerak perekonomian Kabupaten Sukabumi pada sektor pariwisata. Dinas Pariwisata setempat mencatat bahwa sekitar 6.000 wisatawan baik domestik maupun mancanegara berkunjung setiap tahunnya.. Jumlah wisatawan ini sebenarnya masih terbilang rendah jika dilihat dari potensi sumber daya alam yang ada. Hasil wawancara dengan salah satu pemangku kepentingan di pemerintah daerah Sukabumi menemukan bahwa sedikitnya ada tiga masalah yang dihadapi oleh Desa Ciemas dalam meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara, yaitu (1) belum adanya upaya pemberdayaan sumber daya masyarakat generasi milenial; (2) keterbatasan kemampuan berbahasa Inggris; (3) pengelolaan teknologi informasi yang belum tepat sasaran. Maka program pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pemberdayaan generasi milenial melalui pelatihan Copy Writing dan Travel Writing penting dilaksanakan guna mempromosikan pariwisata di Desa Ciemas kepada masyarakat dunia. Dengan metode pelatihan berbasis blended learning, pengabdian ini berhasil meningkatkan kemampuan milenial dalam (1) kemampuan Copy Writing dan Travel Writing dalam mempromosikan pariwisata di Desa Ciemas melalui media sosial yang mereka miliki; dan (2) kemampuan untuk mengoperasikan aplikasi digital untuk mempromosikan tempat wisata di Desa Ciemas.

Kata Kunci: Copy Writing, Generasi Milenial, Media Sosial, Pemberdayaan,-Travel Writing,

Abstract

Desa Ciemas is one of several villages in Ciemas District which promotes and contributes income to Sukabumi Regency in tourism sector. The local tourism body revealed that there are 6.000 tourists both domestic and overseas visiting the village every year. This is actually not a great number when talking about huge potential the area has. An interview has been conducted to one of the local stake holders. It is found that there are three challenges the village is confronting with. They are (1) there is no special program to empower millennials as a group of potential resources to promote tourism; (2) the locals have low proficiency in English; (3) information technology empowerment is still low. Accordingly, this community service was intended to cover the problems through the empowerment of millennials in the area by training them copy writing and travel writing skills. These two skills are perceived significant to promote tourism potentials in the area using social media and android-based application the millennials are popular with. Using blended learning teaching method, this community service signified the millennials' ability in copy writing and travel writing skills and in using android-based application and social media to promote their tourism potentials.

Keywords: Copy Writing, Empowerment, The Millennials, Travel Writing

1. PENDAHULUAN

Desa Kecamatan Ciemas merupakan bagian dari Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Kecamatan Ciemas memiliki bentang alam berupa dataran tinggi yang berbentuk tapal kuda atau yang dikenal dengan sebutan amfiteater yang terbuka ke arah Teluk Ciletuh (Martodjojo, 1984) dengan diameter lebih dari 15 km (Haryanto & Nurdrajat, 2014). Dengan Panjang diameter tersebut, amfiteater ini adalah yang terbesar se Indonesia. Di bagian tengah amfiteater terdapat sebaran batuan tertua di Jawa Barat berupa batuan bencuh dan ofiolit yang dihasilkan oleh tumbukan antara kerak samudera dan kerak benua pada Zaman Kapur lebih dari 65 juta tahun yang lalu (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sukabumi, 2017).

Beberapa destinasi wisata andalan Desa Ciemas adalah Pantai Palangpang, Pantai Batununggul, Curug Cimarunjung, Hutan Konservasi Mangrove dan Budidaya Ikan Sidat, dan Curug Cikanteh. Semua destinasi wisata di Desa Ciemas bisa dilalui oleh kendaraan roda empat karena fasilitas infrastruktur sudah masuk kedalam standar UNESCO. Walaupun dekat dengan pantai, jalan menuju Desa Ciemas sangat menarik untuk ditelusuri karena topografinya yang naik turun serta dikelilingi oleh pepohonan hijau dan pemandangan pantai sehingga menjadikan perjalanan lebih menyenangkan.

Berkat kekayaan alamnya tersebut, *The United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) pada 2018 menetapkan Kawasan Ciletuh-Palabuhanratu masuk kedalam daftar Geopark dunia. Pengakuan yang sama juga diberikan kepada Geopark Gunung Sewu, Geopark Kaldera Toba, Geopark Gunung Rinjani, Geopark Gunung Batur, dan Geopark Merangin. Adapun Desa Ciemas merupakan bagian selatan dari kawasan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu yang memiliki potensi wisata yang mengagumkan. Desa ini menyimpan banyak hamparan alluvial atau bebatuan tua serta memiliki pantai yang menjadi destinasi populer bagi peselancar dunia dikarenakan ombaknya yang tinggi.

Sebagai bagian dari kabupaten Sukabumi, kebijakan pariwisata di Desa Ciemas dipegang penuh oleh pemerintah Kabupaten Sukabumi. Pemerintah Kabupaten Sukabumi terus bergerak meningkatkan sektor pariwisata dengan berbagai kebijakan seperti penetapan aturan atau kebijakan dasar, mempersiapkan sumber daya untuk mendorong kegiatan pariwisata, dan menghantarkan kebijakan konkrit (Santoso & Winarni, 2018). Penetapan aturan atau kebijakan dasar bertujuan untuk mengawasi atau meningkatkan strategi dan program pariwisata yang diimplementasikan dalam jangka pendek maupun Panjang sehingga manfaatnya benar-benar dirasakan oleh masyarakat lokal. Mempersiapkan sumber daya difokuskan pada pembinaan dan pemberdayaan menghantarkan kebijakan konkrit berorientasi pada *organizing- leading-controlling system* (Dwidjo, 2004) dalam bentuk konkrit seperti pembinaan peduli alam, peningkatan peran serta masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya alam, menggandeng pihak industri untuk melestarikan alam, serta mendirikan pusat informasi Geopark Ciletuh. Hasil observasi lapangan dan wawancara terhadap pemangku kepentingan di Kawasan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu menemukan bahwa upaya pemerintah dalam meningkatkan sektor pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Mendirikan Konservasi PAPSI

Museum Konservasi serta Arboretum Paguyuban Alam Pakidulan Sukabumi (PAPSI) merupakan inisiatif warga lokal di Geopark Ciletuh-Palabuhanratu. Museum ini memiliki koleksi batuan yang merupakan representasi dari Kawasan geopark. Ada juga informasi mengenai flora dan fauna yang dapat ditemukan di Kawasan Geopark, seni budaya dan tradisi masyarakat lokal, serta kumpulan studi tentang potensi unggulan dari keragaman hayati, geologi, dan budaya setempat.

2. Mendirikan Pusat Informasi Geopark

Pusat Informasi Geopark merupakan pusat informasi Geopark Ciletuh- Palabuhanratu yang difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi. Bernama *Geopark Information Centre*, gedung ini dapat dijumpai di Jalan Raya Cisolok km 3, Palabuhanratu. Awalnya, bangunan ini berfungsi sebagai Pusat Informasi Kabupaten Sukabumi. Fasilitas yang disediakan adalah informasi destinasi wisata, peta, geosite, akses jalan, dan aktifitas di Geopark yang berkaitan dengan edukasi, konservasi, pemberdayaan masyarakat, serta promosi Geopark Ciletuh-Palabuhanratu.

3. Membangun Infrastruktur

Dalam tiga tahun terakhir, pembangunan jalan di Kawasan Geopark dilakukan secara intensif dan berkelanjutan. Salah satu upaya konkrit pemerintah dalam membangun infrastruktur adalah dibangunnya jalan-jalan utama berjarak 33 km menuju dan di dalam Kawasan Geopark.

4. Menyelenggarakan Kegiatan Promosi

Promosi Geopark dilaksanakan secara berkesinambungan dan mencakup skala regional, nasional maupun internasional. Beberapa di antaranya adalah Ciletuh- Palabuhanratu Geopark Festival (CGF), Amazing Geopark Adventure Tourism (AGAT), berpartisipasi dalam kegiatan Asia Pacific Geopark Network (APGN), dan UNESCO Global Geopark (UGG). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan gairah wisata di Kawasan Geopark serta mengajak partisipasi masyarakat untuk berperan aktif dalam meningkatkan wisata di Kawasan tersebut.

Dari program yang sudah dijalankan oleh pemerintah Kabupaten Sukabumi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan masif dan skala besar sudah dilaksanakan dengan sangat baik. Hal ini bisa dilihat dari adanya pusat informasi dan museum serta kegiatan festival kepariwisataan yang sudah dilaksanakan dengan skala regional, nasional, bahkan internasional. Namun jika dilihat dari perspektif yang berbeda, promosi pariwisata belum melibatkan masyarakat setempat.

Hasil wawancara yang dilakukan tim pengabdian terhadap salah satu pemangku kepentingan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu menunjukkan bahwa dari semua upaya yang sedang dilakukan oleh pemerintah dalam mengoptimalkan potensi wisata, pembinaan dan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya yang memiliki hambatan paling kompleks. Hal ini disebabkan oleh sulitnya menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang terdiri dari beragam usia dan profesi sehingga pemberdayaan sumber daya manusia belum maksimal. Padahal, sumber daya alam yang begitu potensial tersebut membutuhkan partisipasi dari masyarakat. Maka dari itu, masyarakat harus berkontribusi secara aktif dalam melestarikan alam, dan menyebarluaskan informasi potensi wisata Geopark yang ada di Kawasan Desa Ciemas kepada masyarakat dunia.

Masyarakat milenial di Desa Wisata Ciemas dikategorikan kedalam kelompok remaja putra dan putri yang duduk di bangku Sekolah Menengah Atas di berbagai sekolah yang ada di Desa Ciemas. Kegiatan masyarakat milenial selepas pulang sekolah pada umumnya adalah berjualan buah tangan di daerah wisata, memancing ikan di pinggir laut, ataupun membantu orang tua ke sawah. Aktifitas pasca jam belajar di sekolah tersebut sebenarnya sangat bersinggungan langsung dengan aktifitas wisatawan yang berkunjung ke Desa Ciemas. Dengan kata lain, masyarakat milenial sudah sangat akrab dengan kegiatan pariwisata di daerahnya. Akan tetapi, kontribusi masyarakat milenial dalam menarik wisatawan untuk datang berkunjung belum terlihat jelas. Padahal jika dilihat dari potensi yang dimiliki jika dilihat dari kemampuan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi, masyarakat milenial bisa memiliki peran signifikan dalam meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Desa wisata Ciemas.

Data di lapangan menunjukkan bahwa hampir semua masyarakat milenial di Desa Ciemas memiliki gawai pintar atau *smart phone* yang jika dimanfaatkan dengan baik bisa mendatangkan keuntungan bagi mereka secara khususnya dan juga bagi kemajuan pariwisata di desa Ciemas pada umumnya. Pemanfaatan aplikasi media sosial dan aplikasi digital berbasis android yang mereka gunakan sehari-hari seharusnya dapat diarahkan kepada kegiatan promosi pariwisata. Maka, jika dipadupadankan dengan kemampuan promosi wisata yang baik, kedua jenis aplikasi tersebut bisa meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Ciemas. Beberapa kemampuan promosi yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi media sosial serta aplikasi digital berbasis android adalah kemampuan memasarkan potensi wisata dalam bentuk tulisan. Dalam dunia akademik, pemasaran dapat ditingkatkan dengan kemampuan menulis. Ada dua kemampuan menulis yang penting untuk dikuasai dalam bidang promosi, yaitu *Copy Writing* dan juga *Travel Writing*.

Salah satu referensi rujukan yang akan dipakai dalam kegiatan pengabdian ini adalah Bowdery (2008) yang menjelaskan tentang *Basic Advertising Copy Writing* yang memaparkan berbagai konsep penulisan naskah dalam periklanan yang fungsinya untuk mempertegas dan memperkuat pesan yang ditampilkan secara visual.

Secara lebih detail Bowdery mengatakan bahwa penulisan naskah dalam periklanan yang fungsinya untuk mempertegas dan memperkuat pesan yang ditampilkan secara visual. *Copywriting* bisa dalam bentuk tulisan atau juga narasi yang dibacakan *announcer* atau bahkan dalam bentuk *jingle* yang berupa lirik lagu. *Copywriting* seringkali juga disebut sebagai *Ad Copy*. *Ad Copy* adalah secara fisik diartikan sebagai penulisan huruf atau item lainnya ke dalam ruang (space) naskah iklan untuk promosi. Marsh (2007) menyebutkan bahwa *copywriting* adalah bentuk *persuasive* yang memiliki retorika penulisan yang unik. Naskah tertulis sesungguhnya berfungsi untuk memperkuat pesan. *Artwork* adalah beragam bentuk visual non-huruf, foto, ilustrasi atau berupa garis dan bidang. *Copy* atau naskah sebetulnya nama lain yang sering diucapkan orang-orang iklan ketika menyebut seluruh tampilan naskah secara utuh. Zulkifly dan Firdaus (2014) menyebutkan bahwa:

“Primarily, it is important for an advertisement to attract the potential customers” attention in order to lead action. If the native advertisements appeared less eye-catching to respondents, the advertisements in other words are less likely to promote consumers” action. Consequently, the marketers” sales objectives could not be achieved.”

Bahwa sangat penting dalam hal promosi untuk mengerti Teknik penulisan *copy writing* yang baik untuk menarik perhatian pelanggan agar mereka membuat keputusan setelah membaca *copy writing* tersebut (Fagioli, 2015 dan King, 2006). Iklan diwajibkan memiliki unsur *eye-catching* agar dapat menarik minat pembaca sebelum mereka membuat keputusan (Hernandez, 2017). Noordenbos (2008) menyiratkan bahwa penulisan *copy writing* sebaiknya menghindari imitasi atau meniru tulisan sebelumnya dan *copy writer* sebiknya mampu untuk menghasilkan karya autentik atau orisinal.

Beberapa buku tentang *copywriting* yang bisa dijadikan sebagai rujukan ditulis oleh Sugarman (2006), Applegate (2005) yang membahas strategi penulisan *copywriting* yang efektif, Shaw (2012) tentang bagaimana mendesain, mengiklankan dan memasarkan sebuah produk atau jasa melalui *copywriting*.

Di sisi lain, *travel writing* adalah satu genre dalam penulisan yang berfokus pada tempat, baik imajiner maupun real. Genre ini mencakup banyak hal. Dari tulisan dokumenter hingga yang menggugah. Dari studi literatur hingga jurnalistik. Dari yang penuh humor hingga tulisan serius. Thomson (2012) menyebutkan bahwa: “an increasingly popular genre—addressing issues of empire, colonialism, post-colonialism, globalization, gender and politics—travel writing offers the reader a movement between the familiar and the unknown.” *Travel writing* berhubungan erat dengan turisme. Beberapa buku tentang *travel writing* yang terkenal dapat dilihat pada Martels (1994) yang membahas tentang *travel writing* dari antiquity klasik, Siegel (2004) yang membahas tentang *traveller perempuan*, Smethurst (2012) yang membahas tentang perjalanan dan eksplorasi alam di Eropa, dan lain-lain. *Travel writing* juga termasuk

tulisan tentang ulasan dan buku panduan, yang bertujuan mengedukasi pembaca tentang destinasi, memberikan beberapa tips tentang tempat-tempat tujuan dan menginspirasi orang untuk mengunjunginya. Tulisan yang baik akan memberi gambaran jelas kepada pembaca tentang suatu tempat dengan cara yang bermanfaat dan menghibur.

Maka dari itu, upaya pelibatan generasi milenial menjadi focus utama dari tim pengabdian dengan mengangkat topik pilihan menulis *Copy Writing* dan *Travel Writing* bagi generasi milenial sebagai upaya menarik minat dan kunjungan wisatawan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan keperdulaaian generasi milenial untuk dapat lebih mengenal potensi yang ada di Global Geopark Ciletueh, Palabuhanratu pada umumnya dan wilayah kecamatan Cisolok khususnya.
2. Mengeksplorasi kemampuan yang berkaitan dengan copy writing and Travel Writing
3. Mememberdayakan generasi milenial untuk berperan aktif dalam promosi wisata melalui media sosial hingga ke luar negeri.
4. Meningkatkan kemampuan dibidang teknologi terutama pemanfaat media sosial dan aplikasi berbasis android.

2. BAHAN DAN METODE

Berdasarkan hasil diskusi antara Tim Pengusul dan Mitra, ada beberapa solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian: (1) membentuk kelompok pemberdayaan generasi milenial di desa Ciemas yang berjumlah 15 peserta untuk diberi motivasi dan pembinaan untuk menumbuhkan kesadaran tentang potensi kepariwisataan yang ada di desa Ciemas khususnya dan Ciletuh-Palabuhanratu UNESCO Global Geopark (CPUGG) pada umumnya. Luaran dari kegiatan awal ini adalah tumbuhnya kesadaran generasi milenial dalam meningkatkan potensi pariwisata di Desa Ciemas secara khusus dan Kawasan Geopark Ciletuh- Palabuhanratu pada umumnya sehingga dapat membantu Pemerintah Daerah Sukabumi dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam memberdayakan generasi milenial untuk kemajuan pariwisata; (2) memberikan pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata terutama yang berkaitan dengan penulisan, *copy writing dan travel writing* untuk promosi wisata di Desa Ciemas pada khususnya dan Kawasan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu pada umumnya; (3) memberikan lokakarya mengenai Pemanfaatan Aplikasi digital yang berbasis android untuk menunjang kemampuan menulis, *copy writer dan travel writer* kepada generasi milenial yang nantinya akan membantu promosi wisata secara lebih luas melalui social media. Kegiatan ini menghasilkan aplikasi digital yang akan diberikan kepada Pemerintah Daerah Sukabumi untuk dikelola setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

Kegiatan ini dilaksanakan pada Jumat-Sabtu dan Senin, 22, 23 dan 25 Januari 2021 di Kantor Kecamatan Ciemas, Palabuhanratu, kabupaten Sukabumi. Metode pelatihan secara tatap muka dengan memenuhi protokol kesehatan, memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan. Interaksi langsung dengan pemaparan slide, diskusi kelompok, brainstorming dan dilanjutkan dengan penugasan secara daring melalui aplikasi grup *whats app*. Tabel 1. Menunjukkan alur kegiatan PkM..

Tabel 1. Deskripsi Kegiatan pada Tahap Pelaksanaan

Nama Kegiatan	
Pembukaan Pelatihan	Pelatihan dibuka oleh Camat Cisolok Bpk Kurnia Lismana A.P
Memperkenalkan tentang <i>Travel-Writing dan Copy Writing</i> kepada peserta pelatihan	Mahasiswa menjelaskan pengertian <i>Travel Writing dan Copy Writing</i> , sejarah singkatnya, dan manfaat dalam membantu promosi pariwisata serta pengembangan kemampuan Bahasa Inggris serta pengenalan sosial media sebagai media promosi wisata di daerah tersebut.
Menjelaskan dasar dasar dalam menulis, yaitu pola kalimat dalam Bahasa Inggris yang benar	Peserta pelatihan dibimbing untuk mengenal dasar dasar menulis. Mengetahui pola kalimat dalam Bahasa Inggris dimana harus ada Subjek dan Kata kerjanya. Melakukan latihan membuat kalimat yang benar dan tensis yang tepat.

Membentuk group yang terdiri dari 5 peserta	Untuk lebih memudahkan pemantauan dan bertukar ide penulisan.
Brainstroming mengumpulan ide/gagasan tentang objek wisata local yang akan dipromosikan	Masing masing kelompok diskusi dan menentukan objek wisata lokal yang akan dipromosikan.
Diskusi tentang kerangka tulisan	Masing masing group menentukan objek wisata yang akan dipromosikan dan membuat kerangka tulisan, seperti mengapa harus berkunjung ke tempat itu, apa saja yang dapat dinikmati disana, bagaimana akomodasi dan transportasinya, tentang makanannya dan lain lain.
Presentasi	Masing masing group melakukan presentasi tentang kerangka tulisan yang akan dibuat dan group lain bisa menambahkan.
Pembentukan What App group	What app group dibuat untuk penugasan serta latihan yang terus menerus yang akhirnya nanti akan didapatkan masing masing group membuat satu tulisan yang siap di share ke sosial media.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil dan pembahasan kegiatan PkM yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa program studi Sastra Inggris dan Hukum Universitas Pamulang. Pelaksanaan kegiatan Pk M telah berjalan dengan baik dengan tahapan kegiatan seperti yang sudah dilaporkan sebelumnya.

Fokus dari kegiatan PkM ini mencakup 2 hal, yakni (1) Pelatihan *Travel Writing dan Copy Writing* dan (2) Pemanfaatan Sosial Media dan Aplikasi berbasis android untuk ajang promosi wisata . Dua fokus kegiatan tersebut merupakan manifestasi dari pembelajaran Bahasa Inggris dan ilmu kesusastraan yang coba diterapkan prodi Sastra Inggris dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Pada praktiknya, kegiatan PkM kali ini dilaksanakan secara tatap muka dengan protokol Covid yang ketat. Dalam pelatihan ini juga memanfaatkan media belajar yang berbasis teknologi dimana materinya dibuat oleh tim dosen dan mahasiswa program studi Sastra Inggris dan Hukum, Universitas Pamulang. Secara konseptual, materi pelatihan tersebut berisikan beberapa bagian penting yang menjadi poin, yaitu: (1) Pengenalan atau *Introduction*, yaitu mengenalkan tentang *Travel Writing dan Copy Writing* serta pembimbingan tentang cara membuat kalimat dalam pola kalimat bahasa Inggris hingga menjadi paragraf, (2) Diskusi tentang objek wisata yang akan dipromosikan dan membuat kerangka paragraf (3) Presentasi tentang kerangka tulisan yang akan dibuat (4) Pelatihan lanjutan melalui what app group hingga menghasilkan tulisan yang layak untuk dibagikan ke sosial media.

Pada bagian ini akan dipaparkan secara lebih lengkap mengenai deskripsi pelaksanaan pelatihan. Seperti halnya telah disinggung dalam Tabel 1, pelatihan dilakukan dengan beberapa tahapan, sebagai berikut:

Tahapan 1

Mengawali dengan survey lokasi, pada tahap ini tim PkM berkoordinasi dengan pejabat kecamatan Cisolok untuk menentukan kebutuhan. Ada beberapa kebutuhan yang sangat mendesak untuk ditangani berkaitan dengan potensi wisata di kecamatan Cisolok. Salah satunya adalah sumber daya manusia, juga tentang pemanfaatan teknologi yang dapat menopang geliat pariwisata di daerah tersebut. Selanjutnya tim PkM menawarkan solusi untuk pemberdayaan generasi milenial yang terlibat langsung dalam promosi wisata dengan Pelatihan *Travel Writing dan Copy Writing* guna mempromosikan objek wisata di kawasan Ciletuh Palabuhanratu. Pada tahap ini pula dilakukan pengurusan perijinan hingga tim dapat melakukan kegiatan PkM di kecamatan Cisolok, Palabuhanratu. Persiapan

untuk materi pelatihan juga dilakukan oleh mahasiswa dan dosen.

Tahapan 2

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan yang di lakukan oleh Camat Ciemas Kemudian dilanjutkan dengan Pelatihan. Peserta pelatihan terdiri dari 18 peserta yang berasal dari kelompok pemuda pemudi di sekitar Cisolok. Seluruh peserta adalah lulusan Sekolah Menengah Atas dengan usia 18 sampai 25 tahun dan ada yang pernah bekerja di bidang perhotelan. Sehingga seluruh peserta memiliki dasar pengetahuan terutama Bahasa Inggris dan juga telah akrab dengan dengan sosial media.

Tahapan 3

Sesi pelatihan diawali dengan pemaparan yang di sajikan oleh mahasiswa Alfia dan Anisa dari prodi Sastra Inggris semester 7, tentang *Travel Wrting dan Copy Writing*, juga pembahasan tentang sosial media dan manfaatnya. Kemudian lanjut dengan pengenalan tentang pola kalimat dalam Bahasa Inggris yang terdiri dari subjek dan kata kerja hingga penulisan paragraph. Pada tahap ini peserta banyak Latihan untuk membuat kalimat yang benar dan tensis yang sesuai.

Setelah sesi tanyan jawab mengenai pemaparan yang telah disampaikan, maka lanjut untuk pembentukan grup yang terdiri dari 5 peserta. Hal ini agar memudahkan dalam pengawasan dan agar para peserta dapat berdiskusi tanpa rasa malu. Kemudian masing-masing peserta melakukan *branstroming* untuk mendapat ide tentang objek wisata yang akan ditampilkan. Para peserta juga diberikan latihan untuk menyusun kalimat-kalimat yang telah diberikan dan dirangkai menjadi suatu paragraph. Pada tahap ini juga tiap grup sudah menentukan objek wisata yang akan ditulis dalam paragraph. Peserta juga dilatih bagaimana membuat kerangka tulisan. Dosen dan mahasiswa mejalankan dan mengawasi jalannya proses pelatihan.

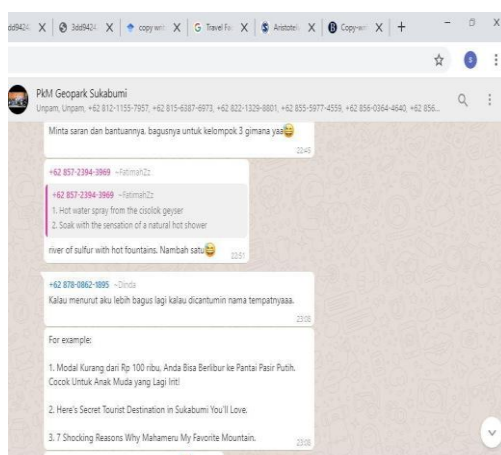


Gambar 1. Mahasiswa Mempresentasikan Materi Mengenai *Copywriting* dan *Travel Writing*

Pada akhir tahap 3 ini, msing masing grup harus mempresentasikan kerangka tulisan yang telah dibuat dan grup lain mendengarkan dan memberi masukan.

Tahapan 4

Setelah melakukan presentasi, para peserta diberi arahan dan masukan dari dosen, agar kerangka tulisan lebih terarah dan baik. Pada tahapan ini dibuat Whap app grup untuk peserta dan dosen, karena kegiatan pelatihan akan berlanjut melalui what app grup. Proses penulisan akan berkelanjutan sehingga akan dihasilkan tulisan yang siap di share ke sosial media sebagai promosi objek wisata di Ciletuh Palabuhanratu.



Gambar 2. Pelatihan Via WhatsApp

Tahapan 5

Kegiatan pelatihan di tutup dengan pembagian sertifikat dan foto bersama.

4.KESIMPULAN

Kegiatan PkM kali ini telah dikaukan dengan baik dan menjadi pengalaman yang menarik. Alahmdulaih meskipun dalam situasi pandemi Covid 19, namun kegiatan PkM ini dapat terlaksana dengan baik dengan menjalankan protokol Kesehatan yang ketat.

Pelatihan berlangsung dengan baik dengan substansi materi kegiatan PkM yang sesuai dengan tema yang diajukan Secara garis besar, pelatihan yang telah dilaksanakan meliputi bebrapa tahapan yang pada akhirnya diharapkan agar generasi milenial dapat mempromosikan daya tarik objek wisata di kawasan Pelabuhanratu dengan travel writing dan copy writing yang baik dan terarah dan berbahasa Inggris.

Satu hal yang menarik dari kegiatan PkM kali ini ialah kreativitas mahasiswa dalam mempersiapkan materi pelatihan dan pemaparan tentang Travel Wrting dan Copy Writing, sehingga peserta bersemangat dalam pelatihan. Kekompakan dari tim dosen juga sangat diapresiasi dari awal hingga akhir pelaksanaan PkM. Materi yang disajikan juga sangat sesuai dengan kebutuhan mitra untuk meningkatkan partisipasi semua elemen masyarakat, termasuk generasi milenial yang sudah pasti sangat akrab dengan media sosial. Aktif dimedia sosial juga aktif dalam promosi wisata di kawasan Ciletuh, Palabuhanratu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PkM yang dilakukan kali ini dapat mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu memberikan pelatihan Travel Writing dan Copy Writing untuk promosi wisata di kawasan Ciletuh, Palabuhanratu, Sukabumi.

Setelah melakukan evaluasi secara menyeluruh, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan agar kegiatan PkM selanjutnya dapat berlangsung lebih baiK. Beberapa saran tersebut di antaranya:

1. Membuat akun Youtube atau platform media sosial lain yang dapat mengarsipkan video-video pembelajaran PkM karya program Sastra Inggris Universitas Pamulang.
2. Memperbaiki teknik-teknik pembuatan serta *editing* video supaya video yang dihasilkan dapat ditingkatkan kualitasnya.
3. Mendorong pelatihan yang intensif kepada dosen dan mahasiswa dalam konteks tampil memberikan materi melalui platform video supaya dapat tampil lebih baik dalam video-video pembelajaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pegabdian kepada Masyarakat ini berhasil dilaksanakan atas Ridho Allah yang Maha Kuasa serta dukungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang. Maka dari itu, kami mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas dukungan dari LPPM Unpam ssehingga pengabdian ini dapat terselesaikan dengan baik. Selain itu, kami juga mengucapkan ribuan terima kasih atas kesediaan pemerintah Kabupaten Sukabumi, khususnya Pemerintah Kecamatan Ciemas dan Cisolok dalam memberikan fasilitas dan sarana yang kami perlukan sehingga acara dapat berlangsung dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Applegate, E. (2005). *Strategic copywriting: How to create effective advertising*. Rowman & Littlefield.
- Bowdery, R. (2008). *Basics advertising 01: copywriting* (Vol. 1). AVA Publishing.
- Dwidjo, R. N. (2004). Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fagioli, M. C. (2015, June). Human Smarties: The Human Communities of the Future. In *2015 15th International Conference on Computational Science and Its Applications* (pp. 57-61). IEEE.
- Haryanto, I. & Nurdradjat. (2014). Tektonik daerah Ciletuh selama kurun waktu Paleogen. *Bulletin of Scientific Contribution*, 12(2). 69-75.
- Hernández, E. (2017). The Art of Copywriting. In *Leading Creative Teams* (pp. 129-139). Apress, Berkeley, CA.
- King, J. M. (2006). *Copywriting that Sells High Tech: The Definitive Guide to Writing Powerful Promotional Materials for Techology Products, Services, and Companies*. WriteSpark Press.
- Martodjojo, S. (1984). Evolusi Cekungan Bogor, Jawa Barat, Tesis Doktor, Pasca Sarjana ITB. (Tidak dipublikasikan).
- Marsh, C. (2007). Aristotelian causal analysis and creativity in copywriting: Toward a rapprochement between rhetoric and advertising. *Written Communication*, 24(2), 168-187.
- Noordenbos, B. (2008, January). Copy-writing Post-Soviet Russia. Viktor Pelevin's work in Postcolonial Terms. In *Dutch Contributions to the Fourteenth International Congress of Slavists* (pp. 217-242). Brill Rodopi.
- Rosana, M.F., & Augusta, R. (2017). Geopark Ciletuh-Palabuhanratu. Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan.

- Santoso, M.R., & Winarni, F. (2018). Strategi Pemerintah Kabupaten Sukabumi dalam pengembangan ekowisata Geopark Ciletuh. *Jurnal Adinegara*, 7(5). 591-601.
- Shaw, M. (2012). *Copywriting Second Edition: Successful Writing for Design, Advertising and Marketing*. Laurence King Publishing.
- Siegel, K. (2004). *Gender, genre, and identity in women's travel writing*. Peter Lang.
- Smethurst, P. (2012). *Travel writing and the natural world, 1768-1840*. Springer.
- Sugarman, J. (2006). *The Adweek Copywriting Handbook: The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising and Marketing Copy from One of America's Top Copywriters*. John Wiley & Sons.
- Thompson, C. (2011). *Travel writing*. New York: Routledge.
- von Martels, Z. R. W. M. (Ed.). (1994). *Travel Fact and Travel Fiction: studies on fiction, literary tradition, scholarly discovery, and observation in travel writing* (Vol. 55). Brill.
- Zulkifly, H. Z., & Firdaus, N. (2014). Persuasion and the online consumers: Investigating copywriting strategies in native advertisements. *International Journal of Social Science and Humanity*, 4(6), 430.