

Enhancement of Digitalization in the "Bawah Bingin" Tourism Area Based on Website and Social Media

KOLOKIUUM

Jurnal Pendidikan Luar Sekolah

<http://kolokium.ppj.unp.ac.id/>

Jurusan Pendidikan Luar Sekolah

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang

Sumatera Barat, Indonesia

Volume 14, Nomor 1, 2026

DOI: 10.24036/kolokium.v14i1.1219

Received 22 October 2025

Approved 23 April 2026

Published 29 April 2026

Abna Hidayati^{1,7}, Alwen Bentr², Eldarni³, Fetri Yeni J⁴, Jasrial⁵, Vevi Sunarti⁶

¹ Universitas Negeri Padang

² Universitas Negeri Padang

³ Universitas Negeri Padang

⁴ Universitas Negeri Padang

⁵ Universitas Negeri Padang

⁶ Universitas Negeri Padang

⁷ abnahidayati@fip.unp.ac.id

ABSTRACT

This community service activity aims to provide assistance with digitalization and knowledge about tourism awareness in Nagari Sungai Aur, Pasaman Barat Regency. The main focus of the community service is the development of a website and social media as a marketing strategy for the integrated tourist area "Bawah Bingin," which is the new icon of the nagari. The priority issue faced is the lack of digital promotion and the palm oil-based creative economy center that has not been optimally managed. Thru this assistance, the service team from Universitas Negeri Padang (UNP) conducts training in content creation, digital marketing, and support for local MSMEs to optimize promotion. The expected outcomes of this program are the formation of a tourism-aware community, the development of integrated tourist areas, and the increase in community income in line with the Sustainable Development Goals (SDGs) targets..

Keywords: Mentoring, Digitalization, Tourism, Integrated.

PENDAHULUAN

Nagari Sungai Aur, Kecamatan Lembah Melintang, Kabupaten Pasaman Barat, merupakan daerah dengan topografi berbukit, dataran rendah, dan tepi pantai yang menyimpan potensi besar dalam sektor pertanian dan pariwisata. Salah satu destinasi yang sedang dikembangkan adalah kawasan wisata terpadu "Bawah Bingin," yang berpusat di Masjid Raya Sungai Aur. Masjid ini merupakan masjid yang sudah tua dan terletak di pinggir jalan raya Sumbar-Sumut. Kawasan ini terkenal dengan pohon beringin berusia lebih dari 100

tahun yang menjadi daya tarik utama, Namun, potensi ini belum tergarap secara maksimal karena minimnya sentuhan digitalisasi dalam promosi dan pemasaran.

Meskipun Nagari Sungai Aur sudah dicanangkan sebagai desa wisata oleh Kementerian Ekonomi Kreatif dan juga sebagai "nagari go digital" pada tahun 2021, belum ada media digital yang masif seperti website profil atau video promosi untuk menyosialisasikan objek wisata tersebut. Akibatnya, pemasaran wisata terbatas hanya pada masyarakat setempat, padahal lokasinya berada di jalur lintas strategis Padang-Tapanuli Selatan. Permasalahan ini diperparah dengan tingginya jumlah penduduk miskin di Nagari Sungai Aur, yang mencapai 12.704 jiwa atau sekitar 40% dari total penduduk.

Perguruan tinggi memiliki peran penting sebagai pusat keunggulan keilmuan untuk membantu pendampingan nagari. Tim pengabdian dari Prodi Teknologi Pendidikan, yang memiliki rekam jejak riset dan pengabdian dalam bidang digitalisasi dan pengembangan ekonomi kreatif, hadir untuk mengatasi permasalahan ini. Program ini dirancang sebagai hilirisasi riset multidisiplin dan sejalan dengan program Magang mahasiswa UNP dengan melibatkan empat orang mahasiswa sebagai pendamping lapangan.

Terkait dengan pengabdian Masyarakat yang dilakukan didasarkan pada sudah adanya objek wisata unggulan di nagari Sungai Aur Kabupaten

Kajian Teori

a. Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)

SDGs adalah rencana aksi global yang disepakati oleh pemimpin dunia, termasuk Indonesia, untuk mengentaskan kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan. Di Indonesia, SDGs disesuaikan menjadi 17 tujuan yang dikenal sebagai SDGs Desa. Program pengabdian ini secara langsung berkontribusi pada SDGs Desa dengan fokus pada peningkatan ekonomi masyarakat desa.

b. Digitalisasi dan Pemberdayaan Masyarakat

Digitalisasi adalah penggunaan teknologi digital untuk mengubah sebuah model bisnis dan menciptakan peluang pendapatan baru. Dalam konteks desa, digitalisasi dibutuhkan untuk mengelola potensi yang unggul secara optimal guna meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Model pemberdayaan masyarakat yang digunakan dalam program ini bersifat partisipatif, melibatkan komunitas masyarakat secara penuh sebagai subjek, bukan objek. Ini sejalan dengan program prioritas nasional yang salah satunya adalah pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) atau digitalisasi desa.

c. Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal

Ekonomi kreatif merupakan salah satu aspek yang dapat dikembangkan untuk mengoptimalkan kesejahteraan Masyarakat. Nagari Sungai Aur memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar, di antaranya kerajinan dari bahan dasar limbah sawit dan gula merah. Potensi ini membutuhkan sentuhan teknologi untuk dapat berkembang. Pengabdian ini bertujuan untuk membentuk sentra ekonomi kreatif yang menjadi pusat pengelolaan dan basis data kuat pada tingkat nagari

d. Hilirisasi Riset Perguruan Tinggi

Kegiatan pengabdian ini merupakan wujud hilirisasi dari riset multidisiplin yang sudah dikembangkan oleh tim pengabdian. Hilirisasi ini berupa pelatihan digitalisasi dalam bentuk media sosial dan website bagi pemuda, serta pendampingan UMKM local. Pengabdian ini menjadi sarana bagi perguruan tinggi untuk mengaplikasikan hasil risetnya secara langsung di masyarakat demi kemajuan di segala bidang.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif (Participatory Rapid Appraisal). Dalam pendekatan ini, masyarakat, khususnya pelaku ekonomi kreatif, dilibatkan secara penuh sebagai subjek program, bukan hanya objek. Tahapan pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis dan berkesinambungan selama satu tahun, dengan fokus pada tiga fase utama:

a. Tahap Perencanaan

Tahap ini menjadi fondasi awal untuk mengidentifikasi dan merumuskan solusi yang relevan. Langkah-langkahnya meliputi:

1. Koordinasi dan Pembentukan Sentra Komunitas, Berkoordinasi dengan pemerintah nagari dan perangkat komunitas untuk membentuk sentra ekonomi kreatif yang berfokus pada pengembangan wisata religi terpadu.
2. Pendataan dan Pengisian Website Melakukan pendataan profil pelaku ekonomi kreatif dan potensi pariwisata di Nagari Sungai Aur. Data yang terkumpul kemudian diunggah ke website nagari.
3. Pelatihan Dasar, Memberikan pelatihan awal kepada pengurus sentra yang baru terbentuk, mencakup tata Kelola, akuntansi dan juga pengembangan promosi melalui media social. Hal ini yang menjadi fokus dalam pelatihan yang akan dilakukan.

b. Tahap Pelaksanaan (Fokus pada Digitalisasi)

Fase ini berfokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan mitra. Kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan pengisian konten website wisata beringin berupa video, maupun teks tulisan terkait objek wisata bawah beringin. Pada tahap pelaksanaannya dibagi menjadi 3 item kegiatan yakni:

1. Pelatihan pengisian konten website dengan video maupun artikel mengenai objek wisata bawah beringin. Pelatihan melibatkan tim pelatihan digitalisasi.
2. Pelatihan pengembangan program wisata beringin dalam bentuk kalender event.
3. Pelatihan pengembangan produk unggulan berupa anyaman dalam lidi sawit.

c. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan

Pada tahap akhir, tim melakukan evaluasi untuk menilai dampak program. Keberlanjutan program dijamin dengan pembentukan sentra ekonomi kreatif yang diharapkan dapat bertransformasi menjadi science technopark di tingkat nagari. Peran pemerintah nagari sangat vital dalam menjamin keberlanjutan program ini, terbukti dengan adanya dukungan penuh dari Wali Nagari Sungai Aur, termasuk penyediaan tempat.

PEMBAHASAN

Perencanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian Masyarakat terintegrasi nagari yang dilaksanakan oleh prodi Teknologi Pendidikan FIP UNP merupakan kegiatan pengabdian Masyarakat lanjutan dari tahun 2024. Tahun 2024 sudah dicanangkan Nagari Binaan Sungai Aur Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat sebagai Nagari Binaan pengembangan digitalisasi Kawasan wisata terpadu bawahbingin. Pada tahun 2024 sudah dilakukan pelatihan pembuatan video profile nagari yang dikelola oleh pemuda di Kawasan wisata bawahbingin. Pada pengabdian

Masyarakat tahun 2024 sudah dihasilkan 3 buah video wisata dan sudah diupload di media sosial nagari. Pelatihan tahun 2024 diberikan kepada 25 pemuda/I setempat yang merupakan perwakilan dari 5 jorong yang ada di Nagari Sungaiaur Kabupaten Pasaman Barat. Video yang dihasilkan adalah video Kawasan bawahbingin, video gula sawit dan juga video air terjun sopobawak. Tahun 2025 telah dilakukan kegiatan pengembangan digitalisasi Kawasan wisata terpadu dengan fokus pada tiga kegiatan utama yakni pembuatan dan pengisian website wisata terpadu bawah bingin, pelatihan pembuatan kerajinan tangan dari lidi sawit yang merupakan potensi daerah setempat dan juga pelatihan pengembangan program melalui kalender event di bawah bingin.

Tahapan perencanaan kegiatan dilakukan dengan item kegiatan analisis kebutuhan, perencanaan teknis, dan persiapan sumber daya.

1. Analisis kebutuhan

Tahapan analisis kebutuhan dilakukan dengan cara survei/FGD singkat dengan pemuda nagari untuk mengetahui minat, kemampuan awal, dan kebutuhan mereka terkait pembuatan video. Selanjutnya dilakukan identifikasi jenis konten video yang relevan (promosi wisata, budaya lokal, UMKM, konten edukasi).

2. Penyusunan Program

Tahapan penyusunan program dilakukan dengan menyusun modul pelatihan (materi dasar videografi, teknik pengambilan gambar, editing dasar dengan aplikasi sederhana, serta publikasi di media sosial). Tahapan ini dilakukan diskusi Bersama anggota kelompok pelatihan Bersama tim teknis dari nagari. Selanjutnya menentukan waktu kegiatan dan juga metode (workshop interaktif, praktik langsung, tugas proyek kelompok).

3. Persiapan teknis

Persiapan teknis yang dilakukan yakni menyediakan alat (kamera/HP, tripod, laptop, aplikasi editing gratis seperti CapCut, Kinemaster, atau VN). Menentukan tempat pelatihan (balai nagari/sekolah). Menentukan jadwal (misalnya 2–3 hari intensif atau beberapa pertemuan).

Selanjutnya koordinasi, Bekerjasama dengan perangkat nagari, organisasi kepemudaan, dan tokoh masyarakat. Menentukan instruktur/narasumber (dari kampus, praktisi kreatif, atau komunitas).

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat fokus pada kegiatan inti berupa pelatihan dan juga launching website wisata beringin. Website wisata beringin merupakan website yang dikembangkan.

Pembukaan dan sosialisasi: sambutan dari perangkat nagari dan tim pengabdian. Penjelasan tujuan dan manfaat pelatihan.

Penyampaian materi teori dasar, Konsep dasar videografi (storytelling, angle kamera, pencahayaan, dan audio). Pengenalan aplikasi editing sederhana. Strategi distribusi video di media sosial (Instagram, TikTok, YouTube).

Praktik langsung, Peserta dibagi dalam kelompok kecil. Latihan membuat storyboard sederhana. Pengambilan gambar di sekitar nagari (spot budaya, alam, kegiatan sosial, atau UMKM). Editing video dengan aplikasi yang sudah diperkenalkan.

Presentasi hasil karya, setiap kelompok menayangkan hasil videonya. Diskusi, masukan, dan perbaikan bersama.

Kegiatan dilakukan dengan diskusi Bersama team dan dilakukan launching website wisata bawahbingin.



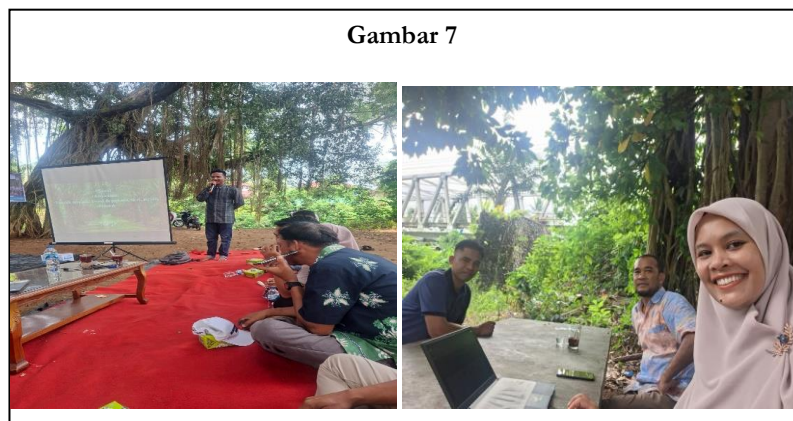


Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian tujuan dan keberlanjutan program. Evaluasi proses, Observasi partisipasi peserta selama pelatihan. Penilaian kemampuan awal dan akhir (pre-test dan post-test sederhana tentang konsep videografi).

Pendampingan digitalisasi ini menargetkan luaran yang terukur, antara lain, pusat data ekonomi kreatif dan pariwisata yang dapat diakses melalui website nagari





Dengan adanya website dan media sosial sebagai alat promosi utama, Kawasan wisata "Bawah Bingin" akan lebih dikenal oleh wisatawan luar, yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan masyarakat setempat. Peningkatan ekonomi ini secara langsung akan berkontribusi pada pencapaian SDGs Desa, khususnya dalam pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan.

Evaluasi Kegiatan

Pada tahap ini dilakukan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan Bersama-sama dengan peserta pelatihan. Tahapan yang dilakukan adalah evaluasi hasil, Penilaian kualitas video yang dihasilkan peserta (aspek kreativitas, teknik, pesan yang disampaikan). Angket kepuasan peserta terhadap pelatihan.

Evaluasi dampak, Melihat sejauh mana peserta dapat mengimplementasikan keterampilan videografi untuk kepentingan nagari (misalnya promosi wisata/UMKM). Monitoring pasca pelatihan (misalnya melalui grup WhatsApp/Telegram untuk berbagi karya video lanjutan).

Tahapan evaluasi pelatihan dilakukan dengan penyebaran angket kepada peserta pelatihan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Angket Evaluasi

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Peserta memiliki persiapan sarana dan bahan sebelum melakukan pelatihan			12%	88%
2	Peserta memiliki pengetahuan awal mengenai topik pelatihan			56%	44%
3	Narasumber dan instruktur pelatihan kompeten			0%	100%
4	Sarana pelatihan memadai dan cukup			8%	92%
4	Peserta memiliki pengetahuan tentang pembuatan video profil			12%	88%
6	Peserta terampil melakukan editing video			16%	84%
7	Peserta mampu menghasilkan video profile wisata			8%	92%
8	Peserta mampu menyebarluaskan video melalui media social masing-masing			0%	100%
9	Pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat video			8%	92%
10	Peserta memiliki minat untuk pelatihan pengembangan video			4%	96%

Berdasarkan angket di atas, diperoleh informasi bahwa peserta sudah memiliki sarana dan prasarana sebelum melakukan pelatihan 88%. Peserta memiliki pengetahuan awal sebesar 56%. Narasumber dan instruktur pelatihan cukup kompetensi 100%. Peserta mampu menghasilkan video profile wisata 92%. Peserta sudah menyebarkan video melalui media social masing-masing 100% Menjalin kerjasama dengan dinas pariwisata/UMKM untuk mendukung karya pemuda.



KESIMPULAN

Pendampingan digitalisasi kawasan wisata terpadu "Bawah Bingin" di Nagari Sungai Aur merupakan langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi lokal dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Model yang diusulkan dan diimplementasikan berhasil mengatasi permasalahan utama dalam hal promosi dan pemasaran wisata serta produk UMKM. Melalui pelatihan pembuatan konten dan pengelolaan website, masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif kini memiliki alat yang relevan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah nagari, dan masyarakat telah membuka peluang baru bagi peningkatan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Nagari Sungai Aur.

Ucapan Teriman Kasih

Pengabdian masyarakat ini didanai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNP dengan nomor kontrak 2289/UN35.15/PM/2025.

DAFTAR RUJUKAN

- Awareness Romantic Garden Pinus di Instagram. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 13-14 Juli 2022*, 13(01), 972–976.
- Firmansyah, F., Fadhilah, T., Catur, A., Nurmelia, E., & Rachmansyah, R. (2021). Application of Digital Communication to Increase The Tourism Promotion in

- Dayeuh Kolot Village, Subang. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 54–65. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i1.7627>
- Gretzel, U. (2008). Information and Communication Technologies in Tourism 2008. *Information and Communication Technologies in Tourism 2008, January 2008*. <https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5>
- Hayati, C. (2023). Menciptakan Hype Atau Buzz Melalui Instagram Tourism Untuk Mempromosikan Destinasi Wisata “Hidden Gem.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1525–1537. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3214>
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., Novedliani, R., Utami, E. Y., & Mahmudin. (2024). DIGITALISASI DESTINASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA DI INDONESIA. *Edunomika*, 08(02), 1–13.
- Jenal Abidin, Rezka Fedrina, & Revi Agustin A. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36276/jap>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, S. d. (1991). *Film directing Shot by Shot (visualizing form concept to screen)* (M. W. Productions (ed.); Issue 112). Michael Wiese Productions.
- Kumala Sari, H., Rizki Al Fariz, M., Awang Irawan, F., Khoiruddin Bagas, M., & Azizah Awalyyah, U. (2023). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA NGIDAM MUNCAR KABUPATEN SEMARANG Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Indonesia (Indonesian Journal of Independent Community Empowerment)*, 6, 2621–1254.
- Mathory, E. A. S., & Syahna. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 4(2), 105–119.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta ISKI*, 3(02), 135–143. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.53>
- Raharja, destha titi;, & Yoga, heddy shri ahimsa putra; adwidya. (2020). penguatan SDM dalam e-Marketting untuk promosi desa wisata di Kabupaten Malam. *Jurnal Nasional Parawisata*, 12(2), 140–151.
- Zettl. (2009). *Licensed to : Television Production Handbook*. <http://www.ebooksmagz.com/pdf/download-mx-29482.pdf>