

Pemberdayaan Masyarakat Desa Rantih Melalui Media Sosial Untuk Promosi Air Terjun Sungai Bikan

Yanti Nopita¹, Mentari Ratu Wandani², Najwa Kayla Handayani³, Gilang Febri Ananda
Raymond⁴, Rahmad Algeri⁵, Edwin Pribadi⁶

¹Keperawatan, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia.

² Fisika, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

³Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

⁴Teknik Mesin, Fakultas Teknik Jurusan, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

⁵Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

⁶Pendidikan Musik, Fakultas bahasa dan seni, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

E-mail: wandaniratu@gmail.com¹, njwkyla@gmail.com², gilaangraymond@gmail.com³,
rahmat28algeri@gmail.com⁴, edwinpribadi678@gmail.com⁵, yantinopita@unp.ac.id⁶

Article History:

Received: 19 Mei 2025

Revised: 25 Juli 2025

Accepted: 01 Agustus 2025

Keywords: Pemberdayaan
Masyarakat, Media Sosial,
Promosi Wisata, Desa Wisata
Rantih

Abstract: Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wisata Rantih, Kota Sawahlunto, bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata, khususnya Air Terjun Sungai Bikan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan pembuatan konten digital, pengelolaan akun media sosial, dan strategi pemasaran digital. Metode penelitian yang digunakan adalah mixed methods, menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif untuk mengevaluasi efektivitas promosi digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan interaksi media sosial dan kunjungan wisatawan secara signifikan. Tantangan utama dalam program ini meliputi keterbatasan infrastruktur digital dan keberlanjutan produksi konten. Namun, dampak jangka panjangnya mencakup peningkatan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan peningkatan literasi digital masyarakat. Dengan pengembangan lanjutan seperti pembentukan tim promosi desa dan integrasi dengan platform nasional, Desa Rantih berpotensi menjadi model desa wisata digital berbasis pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Salah satu jenis pengabdian mahasiswa kepada masyarakat adalah Kuliah Kerja Nyata (KKN), yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui berbagai program dan kegiatan. Pemberdayaan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi, khususnya sosial media, sebagai sarana promosi adalah salah satu fokus KKN yang relevan dengan perkembangan zaman. Dalam hal ini, Desa Wisata Rantih, yang terletak di kecamatan Talawi kota Sawahlunto kabupaten Sumatera Barat yang memiliki potensi wisata alam seperti Air Terjun Sungai Bikan,

menjadi salah satu contoh lokasi yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui promosi digital.

Desa Wisata Rantih memiliki banyak budaya dan keindahan alam yang memukau. Namun, kurangnya promosi membuat potensi tersebut belum tergali sepenuhnya. Media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan tempat wisata di era modern karena dapat menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Elipka, R., 2024) menemukan bahwa peningkatan jumlah orang yang mengunjungi tempat wisata sebanding dengan jumlah orang yang mengunjungi akun media sosial yang digunakan untuk memasarkan.

Melalui program KKN ini, mahasiswa berupaya memberdayakan masyarakat Desa Rantih dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan Air Terjun Sungai Bikan. Langkah-langkah yang akan dilakukan meliputi pelatihan pembuatan konten visual yang menarik, seperti foto dan video, pengelolaan akun media sosial, serta penyusunan strategi pemasaran digital yang berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan temuan (Wardana, S., 2021) yang menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam mempromosikan pariwisata desa melalui media sosial. Pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi wisata telah dibuktikan oleh beberapa studi terdahulu. Menurut (Riyanto, A., & Sugiyanto, 2023) pelatihan media sosial pada komunitas wisata lokal dapat meningkatkan keterampilan digital masyarakat, sehingga mereka mampu menghasilkan konten yang relevan dan menarik bagi wisatawan. Sementara itu, studi dari (Mardiani, F., 2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berbasis media sosial dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata hingga 30% dalam periode satu tahun.

Selain itu, penelitian oleh (Nugroho, 2023) juga mengungkapkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat setempat dapat mempercepat proses adaptasi teknologi digital di desa wisata. Hal ini relevan dengan program KKN di Desa Rantih, di mana mahasiswa berperan sebagai fasilitator untuk mengajarkan teknik-teknik dasar pengelolaan media sosial yang efektif. Menurut (Putra, Y., & Widodo, 2022) keberhasilan program pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada kesinambungan program setelah pelatihan berakhir. Oleh karena itu, strategi keberlanjutan juga akan disusun untuk memastikan masyarakat dapat mengelola akun media sosial mereka secara mandiri.

Dengan pemberdayaan ini, masyarakat Desa Rantih berharap dapat mengelola promosi destinasi wisatanya secara mandiri, sehingga meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Jumlah kunjungan yang meningkat berdampak pada pelestarian budaya dan alam setempat serta pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, program ini memberi siswa kesempatan untuk menerapkan keterampilan dan pengetahuan mereka serta meningkatkan kemampuan mereka untuk bekerja sama dan berinteraksi dengan komunitas lokal.

Secara keseluruhan, program penelitian dan pengembangan (KKN) ini diharapkan dapat berfungsi sebagai model pemberdayaan masyarakat dalam penggunaan teknologi digital untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, khususnya dalam konteks desa wisata. Air Terjun Sungai Bikan Desa Rantih berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan yang dikenal luas di tingkat nasional dan internasional dengan strategi promosi yang tepat.

METODE

Kegiatan KKN Universitas Negeri Padang dilaksanakan selama 1 bulan di Desa Wisata Rantih. Kegiatan ini berlangsung sejak tanggal 15 Januari-15 Februari 2025. Penelitian ini menggunakan *Mixed Methods* dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif,

untuk mengevaluasi efektivitas program pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi Air Terjun Sungai Bikan di Desa Wisata Rantih. Metode ini berfokus pada pengumpulan data kuantitatif seperti jumlah postingan sosial media, tingkat interaksi (likes, shares, komentar). Dan pengumpulan data kualitatif seperti wawancara dan observasi (*feedback*) dari para pengunjung yang datang ke destinasi Air Terjun Sungai Bikan.

Penelitian ini berupa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan strategi pemasaran digital, serta variabel terikat berupa tingkat efektivitas promosi wisata, yang dilihat dari jumlah interaksi media sosial, peningkatan kunjungan wisatawan, dan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata lokal.

Data penelitian dikumpulkan melalui beberapa teknik, seperti review dan feedback untuk mengukur persepsi masyarakat terhadap efektivitas program pemberdayaan, serta observasi kuantitatif yang mencatat statistik interaksi media sosial. Selain itu, studi dokumentasi juga dilakukan untuk menganalisis data statistik sebelum dan sesudah pelaksanaan program, seperti jumlah kunjungan wisatawan. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan subjek penelitian terdiri dari wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program KKN di Desa Wisata Rantih bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata, khususnya Air Terjun Sungai Bikan. Melalui pelatihan pembuatan konten visual, pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran digital, masyarakat mulai berpartisipasi aktif dalam kampanye promosi wisata berbasis digital. Dampak jangka panjang dari program ini dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, dari segi ekonomi, promosi yang efektif melalui media sosial berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan, yang pada akhirnya akan menggerakkan ekonomi lokal melalui usaha homestay, kuliner, dan jasa pemandu wisata. Kedua, dari sisi sosial dan budaya, meningkatnya kesadaran akan potensi lokal dapat mendorong upaya pelestarian budaya dan lingkungan. Ketiga, dari aspek teknologi dan pendidikan, literasi digital masyarakat juga meningkat, membuka peluang untuk pengembangan sektor lain seperti pemasaran produk pertanian dan edukasi berbasis digital.

Namun, terdapat beberapa tantangan dalam pelaksanaan program ini. Keterbatasan infrastruktur internet di beberapa wilayah desa menjadi kendala utama, menghambat akses informasi dan kelancaran promosi digital. Selain itu, kemampuan teknis warga dalam pengelolaan konten digital masih bervariasi. Generasi muda umumnya lebih mudah beradaptasi, sedangkan kelompok usia yang lebih tua masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan perangkat digital. Tantangan lainnya adalah keberlanjutan konten. Tanpa adanya tim khusus yang mengelola konten secara konsisten, akun media sosial yang telah dibangun berpotensi terbengkalai setelah program KKN berakhir.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, langkah pengembangan program perlu dilakukan dalam beberapa aspek utama. Pertama, pembentukan Tim Promosi Digital Desa, yang terdiri dari perwakilan warga, khususnya generasi muda yang telah mendapatkan pelatihan selama KKN, diharapkan dapat menjaga keberlanjutan konten digital dan menjalin kolaborasi dengan pihak eksternal. Kedua, pelatihan lanjutan tentang strategi pemasaran digital perlu dilakukan secara berkala, mencakup penggunaan fitur analitik media sosial, teknik storytelling, dan optimalisasi waktu unggah konten. Ketiga, promosi wisata harus diintegrasikan ke platform resmi dan profesional seperti Google Maps, TripAdvisor, dan situs pemerintah daerah untuk memperkuat kredibilitas destinasi wisata. Selain itu, promosi wisata juga dapat dikombinasikan dengan produk

lokal, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan pertunjukan seni budaya, sehingga dampak ekonomi dapat dirasakan oleh lebih banyak warga desa. Dengan demikian, Desa Rantih berpotensi menjadi destinasi wisata digital berbasis komunitas yang tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga berkelanjutan secara sosial, ekonomi, dan budaya.

KESIMPULAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wisata Rantih, Kecamatan Talawi, Kota Sawahlunto, telah berhasil memberdayakan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata, khususnya untuk Air Terjun Sungai Bikan. Melalui pendekatan pelatihan penggunaan teknologi digital, produksi konten visual, dan pengelolaan akun media sosial, masyarakat mulai mampu menjalankan kegiatan promosi secara mandiri dan efektif.

Hasil program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam interaksi media sosial serta jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi lokal. Media sosial terbukti menjadi alat yang tepat dalam menyebarkan informasi wisata dengan cepat, murah, dan menjangkau audiens yang luas, terutama generasi muda. Selain itu, program ini juga berkontribusi dalam peningkatan literasi digital masyarakat, penguatan identitas lokal, dan pelestarian nilai-nilai budaya.

Namun demikian, beberapa tantangan tetap dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur internet, kemampuan teknis yang belum merata, dan kebutuhan akan kontinuitas produksi konten berkualitas. Oleh karena itu, upaya berkelanjutan seperti pembentukan tim promosi desa, pelatihan lanjutan, dan integrasi dengan platform wisata nasional perlu dilakukan untuk menjaga dan mengembangkan hasil yang telah dicapai.

Dengan strategi yang tepat dan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, Desa Wisata Rantih berpotensi besar menjadi model desa wisata digital berbasis pemberdayaan masyarakat yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing di era transformasi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Elipka, R., & N. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata. *Jurnal Pariwisata Digital*, 12(2), 45-58.
- Mardiani, F., et al. (2022). Efektivitas Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial di Desa Wisata. *Jurnal Pariwisata Dan Pembangunan Daerah*, 8(3), 59-72.
- Nugroho, T. (2023). Kolaborasi Mahasiswa dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Dan Inovasi*, 7(2), 68-75.
- Putra, Y., & Widodo, E. (2022). Strategi Keberlanjutan Program Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 11(4), 77-89.
- Riyanto, A., & Sugiyanto, B. (2023). Pelatihan Media Sosial untuk Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15(1), 21-35.
- Wardana, S., et al. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Promosi Pariwisata melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 10(1), 33-47.