

## Digitalisasi Cerita Geopark Ranah Minang Siloek: Pemberdayaan Masyarakat Melalui Konten Kreatif Media Sosial

Hermansyah<sup>1\*</sup>, Khairani Saladin<sup>2</sup>, Rangi Rahimul Insan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

\*e-mail korespondensi: [hermansyah@fpp.unp.ac.id](mailto:hermansyah@fpp.unp.ac.id)

### Abstract

*This community engagement program addressed limited digital promotion capacity in Ranah Minang Siloek Geopark. The objective was to empower Parak Karambia and local youth to produce consistent and high-quality storytelling content and to manage destination channels effectively. The program used five stages: socialization to align goals, training on digital literacy, photography, videography, scriptwriting, editing, and campaign planning, technology application through activation and scheduling of official channels and use of maps and highlights, mentoring and periodic evaluation based on content output and engagement, and sustainability through a community information group with operating procedures and equipment stewardship. The activities produced short videos ready for publication, curated photos, one-month content calendars, and a concise visual style guide. Destination profiles were organized with link in bio and thematic highlights, and regular posting began across platforms. Early results show improved skills, more structured narratives, and growing audience interaction. The program strengthens cultural identity representation and provides a practical model for community-based and digitally driven destination promotion that continues beyond the intervention period.*

**Keywords:** *digital storytelling; community empowerment; destination promotion; social media content; geopark*

### Abstrak

Program pengabdian ini menanggapi keterbatasan kapasitas promosi digital di Geopark Ranah Minang Siloek. Tujuannya adalah memberdayakan Parak Karambia dan kelompok remaja agar mampu memproduksi konten berturut yang konsisten dan berkualitas serta mengelola kanal destinasi secara efektif. Kegiatan dilaksanakan dalam lima tahap: sosialisasi untuk penyelarasan tujuan, pelatihan literasi digital, fotografi, videografi, penulisan naskah, penyuntingan, dan perencanaan kampanye, penerapan teknologi melalui aktivasi dan penjadwalan kanal resmi serta pemanfaatan peta dan sorotan tematik, pendampingan dan evaluasi berkala berbasis keluaran konten dan keterlibatan audiens, serta keberlanjutan melalui pembentukan kelompok informasi masyarakat dengan prosedur operasional dan tata kelola peralatan. Keluaran mencakup video pendek siap unggah, foto terkurasi, kalender konten satu bulan, dan pedoman gaya visual ringkas. Profil destinasi ditata dengan tautan terpadu dan sorotan tematik, dan unggahan rutin dimulai lintas platform. Hasil awal menunjukkan peningkatan keterampilan, narasi yang lebih terstruktur, dan keterlibatan audiens yang berkembang. Program ini memperkuat representasi identitas budaya dan menyediakan model praktis promosi destinasi berbasis komunitas yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** digital storytelling; pemberdayaan komunitas; promosi destinasi; konten media sosial; geopark

Accepted: 2025-11-06

Published: 2025-11-12

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, penguatan identitas budaya, dan penciptaan lapangan kerja. Keindahan alam, kekayaan budaya, serta potensi ekonomi kreatif yang melekat pada suatu destinasi menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam kerangka itu, Geopark Ranah Minang Siloek di Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat, memiliki potensi kuat sebagai destinasi berbasis komunitas yang menonjolkan pendidikan kebumian, konservasi, dan pemberdayaan lokal (UNESCO, 2022; Global Geoparks Network, 2024; Indrizal et al., 2024).

Secara sosial budaya, kawasan ini tumbuh dari prakarsa komunitas yang menjaga tradisi lokal sambil membuka ruang interaksi bagi wisatawan. Narasi lokal tentang sejarah, adat, kuliner,

lanskap karst, serta praktik hidup sehari-hari merupakan modal cerita yang kuat untuk dikembangkan melalui strategi digital storytelling. Pendekatan berbasis cerita terbukti efektif memperkuat citra destinasi dan meningkatkan keterlibatan audiens ketika dipadukan dengan produksi konten visual yang baik dan distribusi lintas platform (Zhou, 2020; Tran et al., 2022; Fonseca et al., 2024).

Potensi wisata Geopark Ranah Minang Silokek sesungguhnya sangat besar, baik dari sisi alam, budaya, maupun produk lokal. Namun, jangkauan promosi masih terbatas karena pemanfaatan teknologi digital belum optimal. Informasi daring tentang rute, aktivitas, paket wisata, homestay, dan layanan pendukung seringkali belum tersaji secara terstruktur sehingga menurunkan kenyamanan wisatawan dan membatasi potensi kunjungan. Di tingkat praktik, peningkatan kapasitas produksi konten serta pemahaman teknik visualisasi (termasuk fotografi bergerak, komposisi, dan alur cerita) menjadi prasyarat agar pesan destinasi tersampaikan dengan kuat (Slavec et al., 2021; Aliyah et al., 2024).

Di sisi lain, kelompok remaja dan komunitas Parak Karambia yang menopang ekosistem pariwisata masih banyak bergantung pada pola promosi konvensional. Keterbatasan pemanfaatan platform digital, seperti media sosial, marketplace lokal, dan pembayaran digital, menghambat perluasan jangkauan serta efisiensi interaksi dengan calon pengunjung. Padahal secara nasional, peluang transformasi digital sangat besar seiring masifnya pengguna media sosial dan penetrasi platform digital, sehingga kanal ini relevan untuk promosi destinasi, peningkatan engagement audiens, dan konversi kunjungan (Kemp, 2024; Aliyah et al., 2024).

Dalam konteks penggerak lokal, Parak Karambia telah berperan sebagai motor wisata di kawasan Geopark Ranah Minang Silokek sebelum program pengabdian dilaksanakan, tetapi promosi digital dan dokumentasi terkendala keterampilan serta peralatan. Melalui kegiatan pengabdian, masyarakat menerima pelatihan intensif mengenai pembuatan konten digital, teknik visualisasi, serta strategi promosi di media sosial. Sebagai bentuk dukungan yang berkesinambungan, mitra didorong untuk memproduksi konten secara lebih profesional. Setelah program berjalan, Parak Karambia aktif mengelola media sosial, menghasilkan konten berkualitas, dan menampilkan pesona Geopark Silokek kepada audiens yang lebih luas; dampaknya memperkuat branding pariwisata lokal sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat (Andiani et al., 2022; Indrizal et al., 2024).

Menjawab tantangan dan peluang tersebut, program ini mengusung digitalisasi cerita geopark melalui digitalisasi informasi wisata, penguatan literasi dan produksi konten kreatif, orkestrasi kampanye lintas platform, dan tata kelola kelompok informasi masyarakat sebagai content hub. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi digital masyarakat mitra (khususnya Parak Karambia dan kelompok remaja) agar mampu mengelola kanal promosi destinasi secara aman, etis, dan efektif; memperkuat keterampilan produksi konten (fotografi, videografi, dan storytelling) sehingga menghasilkan konten konsisten dan berkualitas; membangun mekanisme produksi, kurasi, dan distribusi konten yang terstruktur; memperluas jangkauan promosi berbasis narasi budaya lokal; serta memastikan dukungan perangkat dan tata kelola penggunaannya agar keberlanjutan produksi konten terjaga dan selaras dengan agenda MBKM, IKU, dan kebijakan pengembangan geopark (UNESCO, 2022; Global Geoparks Network, 2024; Kemenristek/BRIN, 2020).

## **METODE**

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Remaja (Parak Karambia) di ekosistem Geopark Ranah Minang Silokek, program pengabdian ini dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu:

1. Sosialisasi
2. Pelatihan

3. Penerapan Teknologi
4. Pendampingan dan Evaluasi
5. Keberlanjutan Program

Tahapan-tahapan ini diterapkan secara sistematis sesuai kebutuhan masing-masing mitra dan bidang permasalahan yang ditangani, yaitu produksi konten, manajemen kanal/destinasi, dan pemasaran digital.

#### 1. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan sebagai tahap awal untuk memperkenalkan konsep Digital-Based Tourism serta manfaat digitalisasi bagi promosi destinasi dan penguatan UMKM.

Langkah-langkah Sosialisasi:

- a. Mengadakan diskusi dan seminar dengan Pemerintah Nagari, Pokdarwis/Parak Karambia, dan pelaku UMKM terkait pentingnya transformasi digital destinasi.
- b. Menyampaikan rencana program (tujuan, jadwal, luaran) untuk memperoleh masukan dan kesepakatan kerja bersama.
- c. Mengidentifikasi kebutuhan spesifik tiap mitra melalui FGD dan needs assessment singkat (kapasitas literasi digital, kondisi perangkat, kanal media sosial yang sudah ada, dan prioritas konten).

Peran Mitra dalam Sosialisasi:

- a. Parak Karambia dan Kelompok Remaja mengikuti FGD untuk menggali tantangan dan peluang implementasi digitalisasi.
- b. Mitra memberikan data/kebutuhan spesifik yang perlu diakomodasi selama pelaksanaan program.

#### 2. Pelatihan

Pelatihan diberikan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam pemanfaatan teknologi digital bagi pengelolaan destinasi dan promosi usaha.

Tabel 1. Materi Pelatihan

Bidang	Materi Pelatihan	Peserta Sasaran
Produksi	1) Teknik fotografi & videografi (DSLR/smartphone), penggunaan tripod & mic wireless; 2) Penulisan naskah dan <i>storytelling</i> destinasi; 3) Penyuntingan cepat (CapCut/Canva/DaVinci).	Parak Karambia & Kelompok Remaja
Manajemen Usaha/Kanal	1) Tata kelola akun resmi destinasi (peran admin, keamanan & etika digital); 2) Kalender konten mingguan & standar caption/CTA; 3) Pencatatan transaksi sederhana & dokumentasi kegiatan.	Parak Karambia & Kelompok Remaja
Pemasaran	1) Dasar <i>digital marketing</i> (optimasi IG Reels, TikTok, YouTube Shorts; <i>hashtag strategy</i> ; kolaborasi UGC); 2) Strategi <i>branding</i> dan <i>content distribution</i> lintas kanal; 3) Pengenalan iklan berbayar skala lokal.	Parak Karambia & Kelompok Remaja

Peran Mitra dalam Pelatihan:

- a. Parak Karambia dan Kelompok Remaja mengikuti sesi praktik lapangan (pengambilan gambar di spot geopark, penulisan naskah, unggah konten).
  - b. Mitra memberikan umpan balik terhadap materi agar penyesuaian dapat dilakukan sesuai kebutuhan lokal.
3. Penerapan Teknologi
- Setelah pelatihan, mitra menerapkan teknologi dalam kegiatan destinasi dan usaha.

Tabel 2. Implementasi Teknologi untuk Setiap Mitra

Mitra	Penerapan Teknologi	Tujuan
Parak Karambia	Pengelolaan akun resmi destinasi (IG/TikTok/YouTube), <i>link-in-bio</i> , <i>highlight</i> rute/paket/homestay, peta digital titik menarik.	Meningkatkan visibilitas dan memudahkan akses informasi wisata.
Kelompok Remaja	Digitalisasi pemasaran (katalog produk, <i>product shoot</i> , <i>copywriting</i> ) dan pemanfaatan media sosial & <i>marketplace</i> .	Memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi promosi.

#### 4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap ini memastikan teknologi yang diterapkan berjalan optimal dan terukur.

Pendampingan:

- Bimbingan teknis penggunaan platform digital dan klinik konten mingguan (judul, thumbnail, hook, dan analytics).
- Mentoring & coaching oleh tim akademisi/praktisi kreatif untuk meningkatkan kualitas visual, alur cerita, audio, dan konsistensi unggahan.
- Monitoring mingguan/bulanan perkembangan kanal dan katalog.

Peran Mitra dalam Evaluasi:

- Parak Karambia dan Kelompok Remaja menyampaikan laporan rutin (tautan konten, tangkapan layar insight, kendala & tindak lanjut).
- Mitra aktif berdiskusi dengan tim pengabdian untuk perbaikan berkelanjutan.

#### 5. Keberlanjutan Program

Agar program tetap berjalan setelah kegiatan pengabdian selesai, strategi berikut diterapkan:

- Pelatihan Lanjutan & ToT (Training of Trainers): melatih anggota Parak Karambia dan Kelompok Remaja sebagai fasilitator internal untuk transfer keterampilan berkelanjutan.
- SOP & Toolkit: penyusunan panduan singkat (SOP produksi konten, brand voice, template caption, checklist syuting, pedoman kalender konten 3 bulan).
- Pengelolaan Perangkat: penetapan PIC peralatan (kamera DSLR, tripod, mic wireless) beserta jadwal peminjaman dan perawatan.
- Jejaring & Kolaborasi: kemitraan dengan dinas pariwisata/komunitas kreatif lokal untuk co-creation kampanye tematik bulanan dan peluang monetisasi ringan (paket storytelling tour, photo spot, merch sederhana).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat bertujuan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni agar memberikan nilai tambah yang nyata bagi warga, baik pada tingkat individu, komunitas, maupun kelembagaan. Pada program Digitalisasi Cerita Geopark Ranah Minang Silokek, nilai tambah tersebut tampak pada peningkatan keterampilan produksi konten, penataan kanal digital komunitas, serta penguatan identitas budaya lokal melalui narasi visual yang lebih terstruktur. Sebelum intervensi, sebagian anggota Parak Karambia dan kelompok remaja belum memiliki kemampuan teknis yang memadai untuk fotografi, videografi, dan penulisan naskah, sehingga materi promosi cenderung bersifat dokumentasi harian dan belum menampilkan cerita budaya secara utuh. Kondisi ini menegaskan perlunya pelatihan dan pendampingan agar komunitas mampu mengelola promosi digital secara mandiri, selaras dengan prinsip pengembangan geopark yang menekankan edukasi, konservasi, dan pemberdayaan masyarakat (UNESCO, 2022; Global Geoparks Network, 2024; Indrizal et al., 2024).

Sosialisasi dilakukan sebagai tahap awal untuk memperkenalkan konsep Digital-Based Tourism serta menyepakati rencana kerja bersama. Melalui diskusi dan FGD, tim dan mitra memetakan

kebutuhan pelatihan, tema narasi budaya lokal, jadwal kegiatan, serta pembagian peran. Tahap ini juga mengungkap masalah inti yang dihadapi komunitas, seperti keterbatasan dokumentasi budaya dan rendahnya literasi digital, sekaligus menumbuhkan komitmen bahwa digitalisasi cerita geopark merupakan instrumen pemberdayaan yang relevan bagi generasi muda. Pendekatan ini sejalan dengan kerangka community-based branding berbasis narasi yang menempatkan komunitas sebagai produsen sekaligus kurator makna destinasi (Zhou, 2020; Tran et al., 2022).



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

Pada tahap Pelatihan, materi difokuskan pada literasi digital dasar, teknik produksi konten kreatif, dan strategi kampanye lintas platform. Peserta mempraktikkan pengambilan gambar di lokasi geopark, penulisan naskah berbasis cerita lokal, serta unggah konten dengan standar caption dan ajakan bertindak yang jelas. Hasil langsung dari pelatihan berupa contoh konten awal (video pendek, foto terkurasi, set story), kalender konten satu bulan, dan pedoman ringkas gaya visual komunitas. Bukti empiris menunjukkan bahwa digital storytelling yang autentik dan kontekstual meningkatkan ketertarikan audiens, sementara keterampilan fotografi/videografi berbasis gawai memudahkan produksi konten yang konsisten (Fonseca et al., 2024; Slavec et al., 2021). Selain itu, pelatihan pemasaran digital terbukti berdampak pada kepercayaan diri promosi dan minat kunjungan (Aliyah et al., 2024).



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Promosi Digital dan Branding Objek Wisata

Tahap Penerapan Teknologi menegaskan perpindahan dari belajar menjadi melakukan. Komunitas mengaktivasi dan menata akun resmi (Instagram, Facebook, TikTok, atau YouTube), melengkapi link in bio, membuat highlight rute, paket, dan homestay, serta memanfaatkan peta digital pada unggahan. Parak Karambia dan kelompok remaja menyusun jadwal rilis berkala dan mendistribusikan konten lintas platform. Indikator operasional dipantau, seperti jumlah konten per siklus, jangkauan penayangan, serta interaksi. Dengan dukungan perangkat (kamera, tripod, dan mikrofon) dan SOP sederhana, praktik unggah teratur mulai terbentuk dan menghasilkan keterlibatan audiens lokal. Pemilihan kanal dan format short-form video mengikuti pola adopsi media sosial Indonesia yang sangat tinggi, sehingga relevan untuk memperluas jangkauan dan mendorong interaksi (Kemp, 2024; Tran et al., 2022).



Gambar 3. Profil Instagram Komunitas

Tahap Pendampingan dan Evaluasi memastikan implementasi berjalan optimal dan terukur. Klinik konten dan coaching teknis dilakukan secara periodik untuk memperbaiki pembuka video, komposisi, alur cerita, audio, miniatur video, serta konsistensi rilis. Evaluasi dilakukan secara kuantitatif melalui pemantauan jangkauan, tontonan, dan tingkat keterlibatan, serta secara kualitatif melalui refleksi komunitas mengenai perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Mekanisme pelaporan rutin berupa tautan konten, tangkapan layar insight, catatan kendala, dan rencana tindak lanjut membantu komunitas membaca data, menyusun prioritas perbaikan, dan menyesuaikan strategi distribusi konten (Aliyah et al., 2024; Fonseca et al., 2024).

Keberlanjutan dirancang melalui pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat sebagai pusat produksi konten komunitas yang mengelola platform digital pascaprogram. Kelompok ini berperan sebagai fasilitator konten, pengelola kanal, dan penghubung jejaring promosi. Dukungan kelembagaan dijejaki melalui kemitraan dengan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan terkait sehingga praktik yang sudah berjalan dapat terus didanai dan dikembangkan. Pola ini selaras dengan mandat kebijakan riset dan inovasi yang menekankan penguatan kapasitas lokal serta pemanfaatan TIK untuk pembangunan berkelanjutan (Kemenristek/BRIN, 2020; Global Geoparks Network, 2024). Dengan pendekatan ini, diharapkan konsistensi produksi konten berbasis kearifan lokal terjaga, literasi digital remaja meningkat, dan identitas budaya Silokek semakin kuat di ruang digital (Indrizal et al., 2024; Zhou, 2020).

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk Digitalisasi Cerita Geopark Ranah Minang Silokek menunjukkan capaian yang signifikan pada tahap kemajuan ini. Hasil pelaksanaan meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan Parak Karambia serta kelompok remaja dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi destinasi. Melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan, mitra mampu menata kanal resmi, menyusun kalender konten, dan menghasilkan materi promosi berbasis cerita lokal yang lebih terstruktur. Dukungan perangkat (kamera, tripod, mikrofon) dan panduan teknis sederhana turut mempercepat proses produksi konten yang konsisten dan berkualitas.

Masyarakat mulai terbiasa menggunakan platform berbasis internet dan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Konten digital yang lahir menjadi lebih menarik, informatif, dan merefleksikan identitas budaya Silokek, sehingga memperkuat branding destinasi serta membuka peluang interaksi yang lebih luas dengan calon pengunjung. Pada saat yang sama, pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat sebagai content hub memperkuat fondasi keberlanjutan pascaprogram melalui tata kelola peran, SOP produksi, dan rencana kampanye berkala. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis, tetapi juga meneguhkan kapasitas sosial komunitas untuk berkolaborasi, menjaga konsistensi promosi, dan mendukung keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas di Geopark Ranah Minang Silokek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, K., Kisworo, B., Miraj, S., & Gupta, S. (2024). The effect of digital marketing through social media and tourism attractiveness on visitor interest. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 11(1), 26–38. <https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72327>
- Andiani, N. D., Arismayanti, N. K., Sani, F. E. A., & Wiarti, L. Y. (2022). Virtual tour: Bali Aga community involvement in virtual tourism promotion during the COVID-19 pandemic in North Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 12(2), 426–449. <https://doi.org/10.24843/JKB.2022.v12.i02.p06>
- Fonseca, P., Reis-Sargento, R., Chora, D., & Horta, R. (2024). Photography and digital storytelling in English for tourism: A project-based approach. *Educational Media International*, 61(4), 333–349. <https://doi.org/10.1080/09523987.2024.2357951>
- Global Geoparks Network. (2024, May 13). Welcome guide: Communication and community tools for UNESCO Global Geoparks. [https://www.globalgeoparksnetwork.org/sites/default/files/2024-07/WELCOME\\_2024\\_13\\_05\\_2024\\_F1.pdf](https://www.globalgeoparksnetwork.org/sites/default/files/2024-07/WELCOME_2024_13_05_2024_F1.pdf)
- Indrizal, E., Ermayanti, N., Irwandi, I., Rahmaini, R., Yuswir, Y., & Zefnihan. (2024). Geotourism contribution to sustainable development in Ranah Minang Silokek, West Sumatra. *Media Komunikasi Geografi*, 25(1), 194–213. <https://doi.org/10.23887/mkg.v25i1.75003>
- Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2018). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) 2017–2045. <https://www.kemhan.go.id/itjen/wp-content/uploads/2018/10/ps38-2018.pdf>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Slavec, A., Sajinčič, N., & Starman, V. (2021). Use of smartphone cameras and other applications while traveling to sustain outdoor cultural heritage. *Sustainability*, 13(13), 7312. <https://doi.org/10.3390/su13137312>
- Tran, N. L., Nguyen, T. H. H., & Do, T. T. (2022). Social media and destination branding in tourism: A systematic review. *Sustainability*, 14(20), 13528. <https://doi.org/10.3390/su142013528>

- 
- UNESCO. (2022). Frequently asked questions about UNESCO Global Geoparks. [https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2022/11/UNESCO\\_global\\_geoparks\\_faqs\\_V\\_5.pdf](https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2022/11/UNESCO_global_geoparks_faqs_V_5.pdf)
- Zhou, L. (2020). Social media storytelling for cultural destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(7), 835–848. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1784934>