

Pemberdayaan tunakarya terdidik sebagai pemuda sadar wisata melalui pelatihan pembuatan *tourism e-vlog* di pantai Simpang Tigo Buayo Putih

Dian Safitri^{1*}, Dwi Mutia Sari², Leni Marlina³, dan Devy Kurnia Alamsyah⁴

¹²³⁴Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

*Email: diansafitri@fbs.unp.ac.id

Submitted: 2022-08-04

Accepted: 2022-09-26

DOI: 10.24036/abdi-humaniora.v4i1.118428

Revised: 2022-09-26

Published: 2022-09-26

Abstract

The high number of educated unemployment in Nagari Taratak has an impact on weakening of the community's economy. On the other hand, the tourism sector of Simpang Tigo Buayo Putih Beach which is being developed by the government of Nagari Taratak is not widely known yet. The tourism e-vlog training was carried out to intensify digital promotion of Simpang Tigo Buayo Putih Beach and instill a sense of responsibility in the youth for the sustainability of local tourism. This hybrid training was conducted for 32 hours and attended by 20 participants who are residents of Nagari Taratak aged 18 to 22 years and are graduates of senior or vocational high school. In the first meeting, socialization method was used with eco-friendly tourism material, followed by practice-based learning for 5 meetings with the materials including photography, videography, content literacy writing, and youtube accounts management. Furthermore, project-based learning on individual and group mentoring were conducted for 2 meetings. This program results a POKDARWIS Pesona Alam, and tourism e-vlog uploaded to YouTube and Instagram account of each participant. In addition, this training also generates positive perceptions of the participants toward their skill improvement in producing tourism e-vlog.

Keywords: *educated unemployment, tourism e-vlog, pokdarwis*

Pendahuluan

Dilansir dari keterangan koordinator mitra, sebanyak 90% warga Nagari Taratak usia 18-30 tahun merupakan lulusan SMA/ sederajat, dan sekitar 40% diantaranya merupakan lulusan Perguruan Tinggi. Dari jumlah tersebut, sebanyak kurang lebih 15% warga yang tergolong ke dalam usia produktif tersebut belum memiliki pekerjaan (M. Izzatul, komunikasi pribadi, 1 Februari 2022). Mereka inilah yang disebut sebagai tunakarya terdidik, yaitu mereka yang tergolong dalam usia produktif, memiliki latar belakang pendidikan tinggi namun belum memiliki pekerjaan, hanya sesekali bekerja jika ada tawaran yang tidak pasti datangnya. Menurut Prayuda & Dewi (2016), tunakarya adalah istilah bagi orang yang tidak bekerja sama sekali, sedang mencari kerja, bekerja kurang dari dua hari selama seminggu atau seseorang yang sedang berusaha mendapatkan pekerjaan yang layak. Hal ini dikarenakan rendahnya daya saing mereka dalam berkompetisi di dunia kerja, serta kurangnya kreatifitas mereka dalam

mengaplikasikan kemampuan dan keilmuan yang mereka miliki untuk mendapatkan penghasilan. Kondisi ini sangat menjadi beban keluarga mereka dikarenakan mereka belum bisa mandiri secara finansial.

Dalam kesehariannya, para tunakarya terdidik tersebut menghabiskan waktunya dengan berselancar di dunia maya, seperti mengunggah video aktivitas mereka dengan menggunakan aplikasi *Tiktok* ataupun yang lainnya ke status *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, bahkan *Youtube*. Hal ini ditunjang oleh kemampuan mereka dalam mengoperasikan software-software yang kompatibel di HP, fasilitas mulai dari smartphone hingga Personal Computer (PC) yang mereka dapatkan dari orang tua mereka, dan juga jaringan Telkomsel yang stabil.

Fenomena jumlah tunakarya terdidik yang tergolong tinggi tersebut berdampak pada melemahnya perekonomian masyarakat. Mereka yang hanya bekerja sesekali saat ada tawaran yang tak kunjung pasti datangnya menyebabkan pemasukan yang tak pasti, sedangkan kebutuhan hidup terus bertambah. Ketidakmandirian mereka secara finansial inilah yang menjadi pemicu beban ekonomi keluarga.

Fenomena tersebut tidak seharusnya terjadi mengingat banyaknya potensi alam yang dimiliki oleh Nagari Taratak, salah satunya adalah dari sektor pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih. Pantai yang berada di Jalan Padang-Muko-Muko Nagari Taratak ini mulai dibuka dan dikembangkan sebagai destinasi wisata oleh Pemerintah Nagari Taratak pada tahun 2019. Namun hingga saat ini publikasinya masih belum optimal. Wisatawan yang berkunjung hanya berasal dari kecamatan Sutera dengan jumlah yang masih jauh dari harapan. Respon peduli dan tanggungjawab warga sekitar terhadap pantai tersebut juga masih minim. Sehingga perkembangan destinasi wisata tersebut dirasa sangat lambat.

Fenomena tingginya jumlah tunakarya ini salah satunya terjadi di Kenagarian Taratak, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan. Dilansir dari *tagar.id* (2020), Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran di Kabupaten Pesisir Selatan menempati urutan tertinggi ke enam dari 19 Kabupaten/Kota di Sumatera Barat. Padahal, jika ditinjau dari segi Sumber Daya Manusia (SDM), mayoritas generasi muda di Kenagarian Taratak adalah para lulusan Sarjana, Diploma, dan SMA / sederajat. Artinya, sebagian besar generasi produktif yang ada di Kenagarian Taratak merupakan orang-orang terpelajar yang memiliki basis keilmuan beragam. Seperti yang diberitakan pada *haluan.co* (2020), Sudut pandang positif masyarakat terhadap pendidikan tinggi ini merupakan salah satu faktor yang membuat Kabupaten Pesisir Selatan berhasil lepas dari predikat daerah 3T (Terdepan, Terluar, dan Tertinggal) di Indonesia pada tahun 2015.

Dilansir dari data BPS Provinsi Sumatera Barat dan BPS Kabupaten Pesisir Selatan (2022), Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kabupaten Pesisir Selatan naik sebesar 0.13. Dari yang sebelumnya 69,90 di tahun 2020 menjadi 70.3 di tahun 2021. Belum ada pembaharuan data untuk tahun 2022. Angka tersebut menunjukkan bahwa kualitas angkatan kerja masyarakat di Kabupaten Pesisir Selatan tergolong cukup. Tapi nampaknya persebaran angka tersebut tidak merata. Salah satunya di Kenagarian Taratak, Kecamatan Sutera. Meski

daerah ini termasuk dalam area Kabupaten Pesisir Selatan, realitanya masih banyak angkatan kerja yang belum terserap. Salah satu faktornya karena kualitas SDM yang tidak mampu bersaing di sektor lapangan kerja formal dan informal. Padahal, di era RI 4.0, ilmu pengetahuan bisa diakses dengan mudah melalui internet. Terlebih bagi mereka yang terdidik. Mereka, generasi muda yang ada di era ini adalah *digital natives*, yang mayoritas adalah generasi Z dan sebagian kecil generasi Y.

Dolot (2018) menyebutkan bahwa Generasi Y adalah generasi milenial yang lahir antara tahun 1980 dan 1995 yang umumnya dibesarkan dalam kemakmuran dan fasih teknologi. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, *SMS*, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Dengan kata lain, generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming* (Lyon, 2004).

Sementara itu, generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995 (Cilliers, 2017). Sing & Dangmei (2016) menyebutkan bahwa mereka tumbuh di abad dimana dunia mengalami kemajuan teknologi berbasis internet yang sangat besar, seperti web, ponsel pintar, laptop, jaringan internet bebas, dan aneka media digital. Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*), seperti menjalankan media sosial menggunakan ponsel, browsing menggunakan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih (Putra, 2017).

Menindaklanjuti hal tersebut, pemberdayaan tunakarya terdidik harus melalui upaya yang sejalan dengan kebiasaan mereka yang sangat dekat dengan dunia digital, sehingga kemampuan dan fasilitas yang mereka miliki bersifat produktif secara ekonomi. Hal ini juga didukung dengan adanya potensi alam lokal yang berada di sekitar mereka berupa Pantai Simpang Tigo Buayo Putih yang tengah dikembangkan menjadi destinasi wisata. Salah satu upaya tersebut adalah dengan menjadikan mereka pemuda sadar wisata melalui pelatihan *tourism e-vlog*.

Sadar wisata adalah sikap masyarakat sekitar tempat wisata dalam mendukung dan berpartisipasi aktif memajukan pariwisata dengan pengelolaan yang baik. Dengan sadar wisata, masyarakat mampu menangkap peluang ekonomi sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan dan menekan angka pengangguran (Nugraha, 2021).

Dalam pelatihan *tourism e-vlog*, para peserta akan dibekali dengan konsep pariwisata ramah lingkungan yang akan menjadi konten video mereka. Menurut Ongko & Endangsih (2019), Pariwisata ramah lingkungan atau yang dikenal dengan green tourism adalah konsep pengelolaan kawasan wisata dengan memperhatikan kelestarian lingkungan, seperti menyediakan sarana edukasi pertanian, workshop daur ulang sampah, serta edukasi pelestarian lingkungan yang ditujukan bagi masyarakat sekitar kawasan wisata. Konten pariwisata ramah lingkungan tersebut nantinya akan diunggah ke akun youtube masing-masing peserta pelatihan dengan latar tema Pantai Simpang Tigo Buayo Putih.

Youtube merupakan suatu situs yang memungkinkan miliaran orang menemukan menonton dan berbagi video asli yang dibuat. Di dalam Youtube terdapat juga fasilitas bagi pengunjung situs Youtube untuk saling berinteraksi seperti *subscribe*, *like/dislike*, *views dan comment*, yang mana fasilitas interaksi tersebut dapat mempengaruhi eksistensi dari video yang ada di youtube tersebut (Azzahrani, 2019). Youtube merupakan salah satu media promosi pariwisata yang efektif karena menampilkan audio dan visual yang menarik (Romadhan & Rusmana, 2017; Schwemmer & Ziewiecki, 2018; dan Kong, dkk., 2019). Unggahan video promosi melalui youtube secara massif akan berdampak pada meluasnya jangkauan promosi yang sangat berpeluang pada meningkatnya kunjungan wisatawan dari berbagai daerah (Damiasih, dkk. 2021).

Metode Kegiatan

Pelatihan pembuatan *tourism e-vlog* diikuti oleh 20 pemuda Nagari Taratak usia 18-22 tahun dan merupakan lulusan SMA/ sederajat yang belum bekerja. Kegiatan ini dilaksanakan secara *hybrid*, yaitu melalui pertemuan tatap muka, aplikasi *zoom cloud meeting*, dan juga aplikasi *whatsapp group*. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 8 kali pertemuan (4 jam/pertemuan), setiap hari Sabtu dan Minggu selama kurun waktu 18 Juni hingga 10 Juli 2022 berdasarkan jadwal berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelatihan

Pertemuan	Hari	Tanggal	Jam	Materi	Keterangan
1	Sabtu	18 Juni 2022	13.00-17.00	1. Pembukaan 2. Pariwisata Ramah Lingkungan	Zoom
2	Minggu	19 Juni 2022	08.00-12.00	1. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) 2. Youtube for E-vlog	Zoom, WAG
3	Sabtu	25 Juni 2022	13.00-17.00	1. Fotografi 2. Editing Video	Pantai Simpang Tigo Buayo Putih
4	Minggu	26 Juni 2022	08.00-12.00	Penyusunan Konten	Pantai Simpang Tigo Buayo Putih
5	Sabtu	2 Juli 2022	13.00-17.00	Processing to Youtube	Pantai Simpang Tigo Buayo Putih
6	Minggu	3 Juli 2022	08.00-12.00	Tugas Mandiri	Pantai Simpang Tigo Buayo Putih
7	Sabtu	9 Juli 2022	13.00-17.00	Tugas Mandiri	Zoom, WAG
8	Minggu	10 Juli 2022	08.00-12.00	1. Evaluasi 2. Penutupan	Zoom



Gambar 1. Peserta didampingi oleh Wali Nagari beserta tim dan Tim Pengabdian

Pelatihan ini diawali dengan materi Pariwisata Ramah Lingkungan yang disampaikan dengan metode sosialisasi. Tujuan utama dari penyampaian materi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran para peserta akan tanggungjawabnya sebagai pemuda dalam memajukan pariwisata local dengan konsep wisata yang menjunjung tinggi konsep keberlangsungan alam dan keberlangsungan budaya setempat dengan prinsip 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*).

Dalam penyampaian materi-materi selanjutnya, metode yang digunakan adalah *practice-based learning*, dimana peserta langsung mempraktikkan setiap arahan instruktur menggunakan *smartphone* yang mereka miliki. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya, pertemuan tatap muka diselenggarakan langsung di Pantai Simpang Tigo Buayo Putih dengan tujuan agar peserta bisa belajar langsung mengambil bahan vlog hingga memprosesnya langsung di tempat tersebut sesuai dengan arahan para instruktur.



Gambar 2. *Practiced-based Learning Tourism E-vlog* di Pantai Simpang Tigo Buayo Putih

Pada pelaksanaan pelatihan online melalui *zoom cloud meeting* dan *whatsapp group*, metode *project-based learning* lebih diterapkan guna memantapkan kemampuan para peserta dalam menghasilkan *tourism e-vlog*, baik secara individu maupun berkelompok yang diunggah ke akun youtube masing-masing. Di sini, para peserta mendapat pendampingan dan evaluasi individu dari para instruktur, bahkan di luar jadwal yang telah ditentukan.

Di akhir kegiatan, sebelum acara penutupan, hasil karya para peserta ditampilkan dalam acara penutupan dan diberikan *feedback* lanjutan oleh para instruktur sebagai bahan evaluasi. Selain itu, tim pengabdian juga membagikan angket kepada para peserta. Angket tersebut berisi 23 pernyataan tertutup positif dan 1 pertanyaan terbuka dalam bentuk instruksi. Pernyataan tertutup tersebut terdiri dari 7 pernyataan yang terkait dengan materi pariwisata ramah lingkungan, 4 terkait fotografi, 4 terkait editing gambar dan video, 4 terkait youtube dan konten, dan 4 pernyataan general. Sedangkan 1 pertanyaan terbuka menanyakan kesan dan pesan para peserta terhadap pelatihan pembuatan *tourism e-vlog* yang telah mereka ikuti.

Para peserta diminta memilih jawaban dari 5 poin pilihan yang berupa skala *Likert*, yang terdiri dari:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Cukup Setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Angket tersebut dibagikan melalui *google form* dan skor masing-masing jawaban peserta ditabulasi untuk diambil skor rata-ratanya. Pembulatan ke atas (≥ 0.5) dan ke bawah (< 0.5) berlaku dalam penghitungan ini. Berdasarkan skor tersebut, dapat ditarik data persepsi peserta pelatihan. Selanjutnya, data persepsi tersebut diinterpretasikan berdasarkan table berikut:

Tabel 2. Interpretasi Skor dan Persepsi

Skor	Interpretasi Skor	Interpretasi Persepsi
1.00-1.49	Sangat Tidak Setuju	Sangat tidak baik
1.50-2.00	Tidak Setuju	Tidak baik
2.49-3.00	Cukup Setuju	Cukup baik
3.49-4.00	Setuju	Baik
4.49-5.00	Sangat Setuju	Sangat baik

Selama pelatihan berlangsung, para peserta dilatih membuat vlog promosi wisata dengan menggunakan *smartphone* yang mereka miliki. Aplikasi-aplikasi yang digunakan pun sederhana, yang *compatible* dengan tipe *smartphone* tersebut.

Untuk materi fotografi dan pengambilan video, para peserta cukup memanfaatkan kamera yang tersedia pada *smartphone* masing-masing. Untuk editing video, para peserta menggunakan aplikasi *Capcut*. Aplikasi *youtube* dan

instagram digunakan sebagai media untuk mengunggah video yang telah selesai diproses.

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertajuk “Pelatihan Pembuatan *Tourism E-Vlog*” berhasil membentuk satu POKDARWIS yang diberi nama Pesona Alam dan karya berupa vlog promosi wisata kelompok dan individu yang sudah diunggah ke akun *youtube* dan *instagram* masing-masing peserta. Selain itu, pelatihan ini juga menghasilkan persepsi positif para peserta dalam hal: (1) munculnya pemahaman pariwisata ramah lingkungan; (2) peningkatan kepedulian terhadap pariwisata lokal; dan (3) peningkatan kompetensi pembuatan vlog promosi wisata.

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

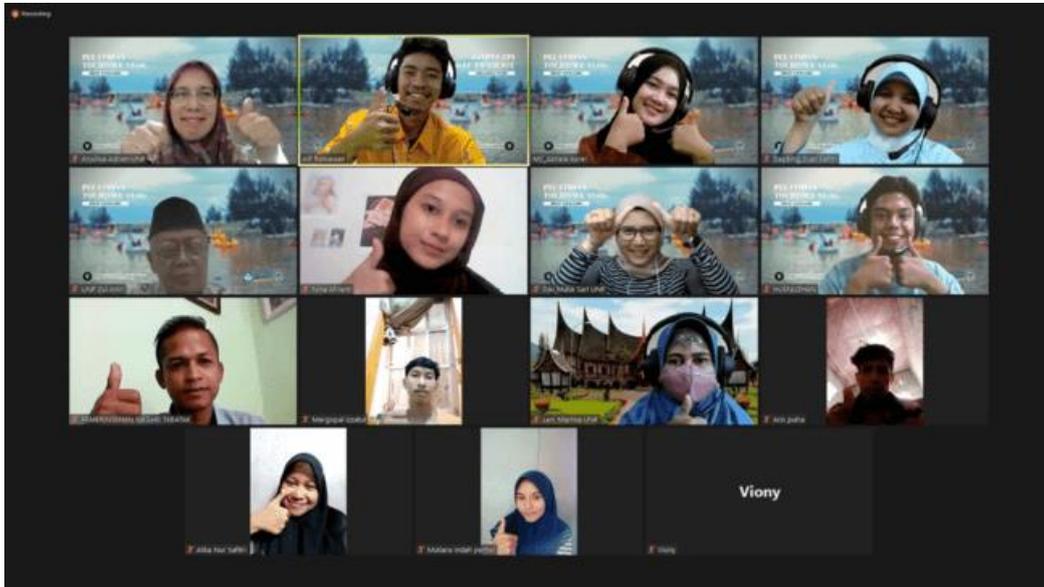
Materi konsep pariwisata ramah lingkungan yang disampaikan di awal pertemuan berhasil menggugah kesadaran para peserta akan tanggungjawabnya sebagai pemuda terhadap keberlangsungan pariwisata local. Dalam kegiatan kali ini, pariwisata local yang diangkat adalah Pantai Simpang Tigo Buayo Putih. Para peserta dengan semangat kebersamaan setuju untuk membentuk satu kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang sebelumnya belum ada. Selanjutnya, ketua dan sekretaris kelompok dipilih melalui musyawarah mufakat. Dalam kesempatan yang sama, nama “Pesona Alam” diputuskan menjadi nama POKDARWIS tersebut. Nama tersebut dipilih karena Nagari Taratak kaya akan keindahan alam yang memesona yang patut dikembangkan menjadi destinasi wisata, salah satunya adalah Pantai Simpang Tigo Buayo Putih.



Gambar 3. Logo POKDARWIS Pesona Alam

POKDARWIS yang telah terbentuk diresmikan oleh Wali Nagari Taratak dalam acara penutupan pelatihan secara daring yang dihadiri oleh seluruh peserta, tim pengabdian, dan Uni Duta Lingkungan Hidup Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2021-2022. Selanjutnya, kelompok tersebut akan membantu pemerintah Nagari Taratak untuk mengembangkan Pantai Simpang Tigo Buayo Putih dengan menganut konsep pariwisata ramah lingkungan. Beberapa rencana telah disampaikan oleh ketua POKDARWIS, antara lain pengadaan tempat sampah organik dan anorganik di berbagai titik strategis area wisata, pembuatan label-label lokasi serta berbagai poster ajakan menjaga kebersihan dan kelestarian alam, jadwal kerja bakti bersih-bersih pantai, merancang kegiatan edukatif yang akan meramaikan destinasi wisata tersebut. Berbagai rencana

tersebut nantinya akan diselaraskan dengan rencana pengembangan wisata dari pemerintah Nagari Taratak, sehingga bisa diwujudkan dengan dukungan satu sama lain.



Gambar 4. Penutupan dan Peresmian POKDARWIS Pesona Alam

Dengan munculnya kontribusi POKDARWIS tersebut diharapkan dapat memajukan destinasi wisata Pantai Simping Tigo Buayo Putih sehingga memunculkan peluang ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan menekan angka pengangguran (Nugraha, 2021).

Vlog Promosi Wisata

Dalam pelatihan ini, peserta menghasilkan 2 jenis karya, yaitu vlog promosi wisata yang dikerjakan secara berkelompok sebagai luaran dari pelaksanaan *practice-based learning*, dan vlog promosi wisata individu sebagai luaran dari *project-based learning* dalam pendampingan individu. Dalam membuat vlog kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari 4 peserta yang menghasilkan 1 karya vlog yang diunggah ke akun *youtube* dan *instagram* masing-masing peserta dalam bentuk *youtube short*.

Selanjutnya, dari pendampingan individu, masing-masing peserta mampu menghasilkan vlog promosi wisata yang dibuat secara individu dan diunggah ke akun *youtube* mereka. Selain itu, mereka juga mengunggahnya di akun *instagram* masing-masing. Di setiap unggahan mereka, masing-masing instruktur mereview dan meninggalkan komentar di kolom komentar *youtube*. Tidak ketinggalan, para pesertapun turut saling berkomentar di sana. Interaksi lain seperti subscribe dan like juga dilakukan sebagai bentuk dukungan. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Azzahrani (2019) bahwa interaksi tersebut dapat mempengaruhi eksistensi dari video.



Gambar 5. E-vlog kelompok



Gambar 6. E-vlog individu

Upaya ini sebagai bentuk mengencarkan promosi wisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih secara digital dan massif dengan tujuan utama untuk meningkatkan popularitas destinasi wisata tersebut sehingga menarik lebih banyak wisatawan. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Romadhan & Rusmana (2017), Schwemmer & Ziewiecki (2018), Kong, dkk. (2019) bahwa *youtube* merupakan salah satu media promosi pariwisata yang efektif karena menampilkan audio dan visual yang menarik dan Damiasih, dkk. (2021) bahwa unggahan video promosi melalui *youtube* secara massif akan berdampak pada meluasnya jangkauan promosi yang sangat berpeluang pada meningkatnya kunjungan wisatawan dari berbagai daerah.

Persepsi Positif Peserta

Berikut adalah hasil tabulasi respon masing-masing peserta terhadap angket yang dibagikan oleh tim pengabdian di akhir kegiatan:

Pariwisata Ramah Lingkungan

Tabel 3. Tabulasi Skor Respon Peserta Tema Pariwisata Ramah Lingkungan

No.	Pernyataan	Skor	Interpretasi
1	Saya peduli terhadap keberlangsungan pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih.	5	Sangat Setuju
2	Saya semakin sering mengambil gambar di berbagai sudut Pantai Simpang Tigo Buayo Putih.	5	Sangat Setuju
3	Saya siap berkontribusi dalam mengembangkan pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih.	5	Sangat Setuju
4	Saya aktif mempromosikan pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih melalui secara digital.	4.625	Sangat Setuju
5	Saya bangga menjadi bagian dari Kelompok Sadar	4.875	Sangat Setuju

Wisata (Pokdarwis) Pesona Alam Nagari Taratak.			
6	Saya siap berkontribusi menciptakan pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih yang ramah lingkungan.	4.875	Sangat Setuju
7	Saya siap berkontribusi menciptakan pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih yang edukatif dan positif (Pariwisata Halal).	5	Sangat Setuju
Rata-rata skor		4.911	Sangat Setuju

Berdasarkan skor rata-rata pada tabel 3 di atas, bisa disimpulkan bahwa para peserta memiliki persepsi sangat baik terhadap munculnya pemahaman tentang konsep pariwisata ramah lingkungan. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya skor peserta dalam pernyataan nomor 1 sampai 7, dimana para peserta menunjukkan kepedulian dan kesiapan mereka untuk berkontribusi terhadap perkembangan pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih sebagai destinasi wisata ramah lingkungan. Selain itu, para peserta juga menunjukkan kesiapannya dalam menciptakan pariwisata halal.

Di antara 7 pernyataan di atas, pernyataan nomor 4 terkait dengan kesiapan para peserta untuk mempromosikan Pantai Simpang Tigo Buayo Putih secara aktif mendapat respon dengan skor terendah, yaitu 4.625. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta belum semuanya menunjukkan aksi nyata secara massif dalam membuat promosi-promosi wisata melalui media digital. Hal ini mungkin dikarenakan para peserta baru mengenal dan diajarkan cara membuat vlog promosi wisata digital yang diunggah melalui youtube dan instagram. Mereka perlu waktu untuk membiasakan diri dalam memulai aksi nyata tersebut.

Fotografi

Tabel 4. Tabulasi Skor Respon Peserta Tema Fotografi

No.	Pernyataan	Skor	Interpretasi
1	Saya mampu mengambil gambar dengan sudut yang tepat.	4.375	Setuju
2	Saya mampu mengambil gambar dengan latar yang bagus.	4.5	Sangat Setuju
3	Saya mampu mengambil gambar dengan suasana yang hidup.	4.5	Sangat Setuju
4	Saya semakin sering mengambil gambar di berbagai sudut Pantai Simpang Tigo Buayo Putih.	4.125	Setuju
Rata-rata skor		4.375	Setuju

Skor rata-rata yang tersaji dalam tabel 4 di atas menunjukkan adanya persepsi yang baik para peserta terhadap kemampuan fotografi yang mereka miliki pasca pelatihan. Meskipun skor dari respon pernyataan 1 sampai 4 tidak ada yang sempurna (5), para peserta masih tergolong setuju dengan pernyataan yang mengindikasikan mereka mampu mengambil gambar dengan sudut yang tepat, latar yang bagus, dan suasana yang hidup. Dalam tema fotografi ini, pernyataan nomor 4 mendapat skor terendah, yaitu 4.125. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta belum aktif dalam mengambil gambar di Pantai Simpang Tigo Buayo Putih. Indikasi ini terkait dengan skor terendah pada tema

sebelumnya, dimana frekuensi peserta dalam mempromosikan destinasi wisata tersebut belum optimal.

Editing Gambar dan Video

Tabel 5. Tabulasi Skor Respon Peserta Tema Editing Gambar dan Video

No.	Pernyataan	Skor	Interpretasi
1	Saya mampu merekam video dari sudut yang tepat.	4.625	Sangat Setuju
2	Saya semakin lancar mengoperasikan aplikasi Capcut.	4.375	Setuju
3	Saya bisa mengedit video dengan lebih mudah.	4.25	Setuju
4	Saya lebih kreatif dalam mempercantik gambar dan video.	4.25	Setuju
Rata-rata skor		4.375	Setuju

Merujuk ke tabel 5 di atas pada skor rata-rata, para peserta memiliki persepsi yang baik terhadap kemampuan mereka dalam mengedit gambar dan video menggunakan aplikasi *Capcut* pasca pelatihan. Para peserta setuju dalam menyatakan bahwa mereka mampu merekam video dari sudut yang tepat, merasa lebih mudah dalam mengedit video, merasa lebih kreatif dalam mempercantik gambar dan video, serta merasa lebih lancar dalam mengoperasikan aplikasi *Capcut*. Hal ini sejalan dengan semakin bagusnya kualitas unggahan vlog individu dibanding dengan vlog kelompok yang mereka hasilkan di awal yang mereka unggah ke akun youtube dan instagram masing-masing. Meskipun belum mencapai skor sempurna (5), para peserta telah menunjukkan konsistensinya antara persepsi dan output yang mereka hasilkan. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Putra (2017) bahwa generasi yang lahir setelah tahun 1995 atau yang dikenal dengan generasi Z (Cilliers, 2017) sejak kecil sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih. Inilah yang menyebabkan para peserta mampu menyerap materi pelatihan dengan cepat dan mudah.

Youtube dan Konten

Tabel 6. Tabulasi Skor Respon Peserta Tema Youtube dan Konten

No.	Pernyataan	Skor	Interpretasi
1	Saya mampu mengunggah gambar dan video ke youtube dengan mudah tanpa bantuan	4.375	Setuju
2	Sekarang saya lebih sering mengunggah video promosi pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih daripada sebelumnya.	4.125	Setuju
3	Saya bisa membuat konten yang bersifat provokatif positif.	4.625	Sangat Setuju
4	Sekarang saya memiliki subscriber youtube lebih banyak.	4.125	Setuju
Rata-rata skor		4.3125	Setuju

Berdasarkan skor rata-rata pada tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa para peserta memiliki persepsi yang baik terhadap kemampuan mereka dalam menciptakan konten dan memprosesnya sebagai publikasi di youtube. Hal ini dibuktikan dengan persetujuan mereka dalam pernyataan yang menyatakan bahwa mereka mampu mengunggah gambar dan video ke youtube dengan mudah tanpa bantuan pihak lain. Di samping itu, mereka juga telah mampu merasa mampu menghasilkan konten yang bersifat provokatif positif. Hal ini

sangat dibutuhkan dalam mempromosikan pariwisata secara digital Karena *viewers youtube* akan menangkap pesan dari konten-konten yang disajikan dalam video. Jika konten tersebut berhasil memunculkan minat *viewers*, maka akan berdampak pada naiknya jumlah wisatawan yang berkunjung.

Pernyataan nomor 2 dan nomor 4 hampir mengarah ke persepsi yang cukup baik. Hal ini mungkin dikarenakan para peserta belum maksimal dalam meningkatkan frekuensi promosi Pantai Simpang Tigo Buayo Putih, sehingga berdampak pada respon nomor 4 terkait jumlah subscriber. Belum banyaknya video yang mereka unggah ke youtube menyebabkan belum bertambahnya subscriber akun mereka.

General

Tabel 7. Tabulasi Skor Respon Peserta Tema General

No.	Pernyataan	Skor	Interpretasi
1	Pelatihan ini menyadarkan saya akan tanggung jawab terhadap pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih	4.625	Sangat Setuju
2	Pelatihan ini membuat saya lebih bersemangat dalam berkreasi.	4.875	Sangat Setuju
3	Saya ingin pelatihan ini dilanjutkan.	4.75	Sangat Setuju
4	Pelatihan ini meningkatkan kemampuan saya dalam membuat vlog, khususnya vlog promosi wisata.	4.75	Sangat Setuju
Rata-rata skor		4.75	Sangat Setuju

Skor rata-rata yang ditunjukkan oleh tabel 7 di atas mengindikasikan adanya persepsi baik dari para peserta pelatihan terhadap kesadaran akan tanggung jawab mereka terhadap pariwisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa pelatihan ini meningkatkan semangat mereka dalam berkreasi dan kemampuan mereka dalam membuat vlog, khususnya vlog promosi wisata. Lebih lanjut lagi, para peserta menyatakan harapannya agar pelatihan ini dilanjutkan. Hal ini menunjukkan antusiasme mereka dalam mempelajari IT dan multimedia. Hal tersebut dikarenakan mereka termasuk ke dalam *digital native* dimana mereka tumbuh saat dunia mengalami kemajuan teknologi berbasis internet yang sangat besar, seperti web, ponsel pintar, laptop, jaringan internet bebas, dan aneka media digital Sing & Dangmei (2016).

Kesan dan Pesan

Angket evaluasi yang dibagikan kepada peserta ditutup dengan sebuah instruksi, untuk menuliskan kesan dan pesan selama mengikuti pelatihan ini. Berikut beberapa contoh respon para peserta:

P-1: “Pelatihan e-vlog ini sangat membantu saya dalam memulai suatu karya”

P-2: “Sangat senang dan menarik”

P-3: “Dengan adanya pelatihan ini membuat sadar akan pentingnya menjaga kelestarian alam/wisata dan saya lebih bnyak mendapatkan ide yaitu untuk

mempromosikan wisata ini dengan cara bikin konten video, dan menurut saya pelatihan ini harus dilanjutkan lagi”

P-4: *“Pesan saya semoga dengan adanya kegiatan evlog ini wisata simpang tigo buayo Putih bangkit kembali dan makin banyak pengunjung”*

P-5: *“Saya mendapatkan banyak pengalaman dari cara mengedit video bahkan mengupload video ke sosmed dengan mudah. Saya berharap dengan ini saya semakin semangat lagi untuk mengembangkan keindahan pantai simpang tigo buayo putih kepada masyarakat”*

P-6: *“Saya lebih paham tentang cara bikin vidio yang akan dikirim ke youtube, instagram, facebook, dan lain-lain”*

P-7: *“Kesan dan pesan saya yaitu saya sangat senang dalam pelatihan vlog kemaren dan mudah-mudahan pantai simpang tiga buayo putih dapat di kenal di berbagai daerah”*

P-8: *“Saya merasa senang sekali. Di samping tempat wisata saya terkenal, saya juga mngambil pelajaran skaligus pengalaman”*

Berdasarkan contoh respon peserta di atas, para peserta sangat berkesan dengan pelatihan ini. Mereka merasa senang dan merasa pelatihan ini sangat bermanfaat bagi mereka. Manfaat tersebut di antaranya membantu peserta dalam memulai suatu karya (P-1), mempromosikan wisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih untuk meraih semakin banyak pengunjung (P-3, P-4, P-7, P-8), dan meningkatkan kemampuan merekam, mengedit, dan mengupload video ke social media (P-3, P-5, P-6). Selain itu, pelatihan ini menyadarkan mereka akan pentingnya menjaga keberlangsungan wisata lokal (P-3).

Simpulan

Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan di atas, bisa disimpulkan bahwa pelatihan pembuatan tourism e-vlog yang diselenggarakan mulai 18 Juni sampai 10 Juli 2022 ini berhasil menyadarkan para pemuda Nagari Taratak akan tanggung jawabnya terhadap pariwisata local, Pantai Simpang Tigo Buayo Putih. Di samping itu, program ini juga bermanfaat dalam memberikan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknik dasar pembuatan vlog untuk tujuan promosi wisata. Harapan tim pengabdian, POKDARWIS Pesona Alam yang sudah terbentuk bisa bersinergi dengan Pemerintah Nagari Taratak untuk lebih berkontribusi secara nyata, mengencarkan promosi wisata Pantai Simpang Tigo Buayo Putih sehingga lebih dikenal secara luas. Mitra berharap, kegiatan ini bisa menjadi program rutin pendampingan wisata dengan materi pelatihan yang terstruktur.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Padang (LPPM UNP) atas hibah dana PNPB yang diberikan dengan nomor kontrak 1093/UN35.13/PM/2022 sehingga Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bisa terlaksana dengan sukses dan memberikan manfaat bagi masyarakat mitra.

Rujukan

- Azzahrani, M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 144. <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i2.12925>
- BPS Kabupaten Pesisir Selatan. (2022). *Kabupaten Pesisir Selatan dalam Angka*
- BPS Provinsi Sumatera Barat. (2022). *Sumatera Barat Dalam Angka*
- Cilliers, E. J. (2017). The Challenge of Teaching Generation Z People: *International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188–198. <https://doi.org/10.20319/pijss.2017.31.188198>
- Damiasih, D., Agustina, A. R., Azahari, A., & Susanto, D. R. (2021). A Review of YouTube for Tourism Promotion in Indonesia. *IJISTECH (International Journal of Information System & Technology)*, 4(2), 615. <https://doi.org/10.30645/ijistech.v4i2.102>
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 2(74), 44–50. <https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Kong, G., LaVallee, H., Rams, A., Ramamurthi, D., & Krishnan-Sarin, S. (2019). Promotion of Vape Tricks on YouTube: Content Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 21(6), e12709. <https://doi.org/10.2196/12709>
- Lyon, S. (2004). *An exploration of generational values in life and at work* [Ph.D Thesis].
- Media, H. (2020, February 23). *Nasrul Abit, Spesialis 3T Menuju Sumbar Satu*. Haluan.co. <https://haluan.co>
- News, T. (2017, December 23). *Pengangguran Pessel Tertinggi ke Enam di Sumbar*. TAGAR. <https://www.tagar.id/pengangguran-pessel-tertinggi-ke-enam-di-sumbar>
- Nugraha, Y. E. (2021). Sosialisasi Sadar Wisata Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Fatukoto. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(1), 14–22. <https://doi.org/10.36276/jap.v2i1.24>

- Ongko, & Endangsih, T. (2019). Pengembangan Kawasan Wisata Situ Tandon Ciater dengan Konsep Ramah Lingkungan di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Maestro*, 2(1)
- Prayuda, M. G., & Dewi, M. H. U. (2016). Pengaruh Inflasi dan Investasi terhadap Pengangguran di Provinsi Bali Tahun 1994-2013. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(1), 69–95
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(2). <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>
- Romadhan, M. I., & Rusmana, D. S. A. (2017). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. *E-Journal UMSIDA (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo)*
- Schwemmer, C., & Ziewiecki, S. (2018). Social Media Sellout: The Increasing Role of Product Promotion on YouTube. *Social Media + Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118786720>
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the generation Z: the future workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 3(3)