

Optimization of Local Tourism Potential Through Integrated Marketing Communication (IMC): A Pilot Educational Tourism of Sarasah Indah, Nagari Siguntur Tua, Pesisir Selatan Regency, West Sumatra Province

SPEKTRUM

Jurnal Pendidikan Luar Sekolah
http://ejournal.unp.ac.id/index.php/pnfi
Jurusan Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Padang
Sumatera Barat, Indonesia

Volume 14, Nomor 1, Februari 2026
DOI: 10.24036/spektrumpls.v14i1.137819

Muhamad Fahrur Rozi^{1,6}, Siti Isma Sari Lubis², Fifi Wildanah³,
Difa Salsabila⁴, Nadya Fariska Rozaq⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Padang

⁶ m.fahrurrozi@fip.unp.ac.id

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut adaptasi dalam pengelolaan desa wisata agar mampu bersaing di era industri 5.0. Nagari Siguntur Tua, Kabupaten Pesisir Selatan, merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi alam luar biasa melalui destinasi Wisata Edukasi Sarasah Indah. Namun, permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya inovasi promosi digital dan keterampilan teknologi anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Program Multidisiplin Kemitraan Masyarakat (PMKM) Universitas Negeri Padang hadir dengan pendekatan pemberdayaan berbasis teknologi melalui kegiatan Optimalisasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk meningkatkan engagement dan promosi wisata. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dengan model Context, Input, Process, Product (CIPP). Tiga bentuk pelatihan utama dilaksanakan, yakni pembuatan konten digital berbasis AI, pemasaran digital berbasis AI, dan pengembangan chatbot wisata. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan digital anggota Pokdarwis; 80% peserta mampu mengoperasikan platform AI seperti Runway ML, Canva AI, dan ManyChat untuk menciptakan konten promosi mandiri. Selain itu, chatbot wisata Sarasah Indah berhasil diimplementasikan dan berfungsi efektif dalam memberikan informasi kepada wisatawan. Program ini berdampak pada meningkatnya engagement media sosial dan kunjungan wisata. Kegiatan PMKM ini menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi yang berkelanjutan, dengan rekomendasi penguatan infrastruktur digital dan pelatihan lanjutan Training of Trainers (ToT) bagi Pokdarwis.

Keywords: Artificial Intelligence, Pemberdayaan Masyarakat, Desa Wisata, Engagement, Pokdarwis

PENDAHULUAN

Transformasi digital di era industri 5.0 telah membawa perubahan mendasar terhadap berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk bidang pariwisata berbasis komunitas. Pengelolaan destinasi wisata tidak lagi hanya bergantung pada keindahan alam atau kearifan lokal semata, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam konteks ini, teknologi *Artificial Intelligence* (AI) menjadi salah satu inovasi yang paling relevan untuk mendukung strategi promosi, manajemen destinasi, serta peningkatan interaksi dengan wisatawan secara lebih efektif dan efisien (Kumar et al., 2019; Samala et al., 2022). AI memiliki kemampuan analitis dan prediktif yang mampu mengoptimalkan pembuatan konten, memahami preferensi wisatawan, dan memperkuat pengalaman berwisata yang personal (Florido-Benítez & Martínez, 2024).

Nagari Siguntur Tua merupakan salah satu nagari binaan Departemen Pendidikan Nonformal, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang (FIP UNP) sejak tahun 2019. Nagari ini terletak di Kecamatan Koto XI Tarusan, Kabupaten Pesisir Selatan, dengan bentang alam perbukitan dan

aliran sungai yang kaya akan potensi wisata alam. Salah satu destinasi unggulan yang dimiliki adalah *Wisata Edukasi Sarasah Indah*, yaitu kawasan air terjun alami yang dikembangkan sebagai wisata edukatif berbasis konservasi lingkungan dan budaya lokal. Potensi wisata ini menjadi peluang strategis bagi peningkatan ekonomi masyarakat setempat apabila dikelola secara profesional dan inovatif.

Namun, dalam praktiknya, pengelolaan wisata di Nagari Siguntur Tua masih menghadapi berbagai kendala. Hasil observasi awal dan wawancara dengan anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menunjukkan bahwa promosi wisata masih dilakukan secara konvensional, seperti melalui spanduk, baliho, dan unggahan sederhana di media sosial tanpa strategi berbasis data. Kondisi ini menyebabkan tingkat *engagement* wisatawan di platform digital sangat rendah. Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan (2023) mencatat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan ini menurun dari 15.000 pengunjung pada tahun 2021 menjadi hanya 10.000 pengunjung pada tahun 2023. Penurunan ini mengindikasikan perlunya inovasi baru dalam strategi promosi wisata berbasis teknologi digital.

Permasalahan tersebut diperparah oleh rendahnya literasi digital masyarakat, terutama anggota Pokdarwis. Sebagian besar pengelola belum memahami cara mengoptimalkan teknologi digital dalam promosi wisata. Mereka juga belum memiliki keterampilan dalam pembuatan konten kreatif, manajemen media sosial, maupun analisis data wisatawan. Padahal, di era digital, keberhasilan promosi pariwisata sangat bergantung pada kemampuan mengelola konten visual dan naratif yang menarik perhatian wisatawan potensial. Tanpa inovasi promosi digital, destinasi wisata berpotensi kehilangan daya saing dan tertinggal dari daerah lain yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Beberapa penelitian sebelumnya menegaskan pentingnya penerapan AI dalam pengembangan destinasi wisata. Das (2024) menjelaskan bahwa teknologi AI mampu menghasilkan sistem informasi wisata yang cerdas dan interaktif, mendukung pengambilan keputusan strategis dalam promosi dan pelayanan wisata. Sementara itu, Cunha et al. (2024) menyatakan bahwa integrasi AI dan *machine learning* mampu menciptakan strategi pemasaran pariwisata yang lebih personal dan efektif, karena berbasis pada analisis perilaku wisatawan secara real-time. Dengan demikian, pemanfaatan AI dapat menjadi solusi strategis bagi pengelolaan wisata di Nagari Siguntur Tua yang selama ini masih bersifat manual dan kurang efisien.

Melalui kegiatan *Program Multidisiplin Kemitraan Masyarakat (PMKM)* yang dilaksanakan oleh Universitas Negeri Padang, diterapkan pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi. Program ini mengusung tema “Optimalisasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Meningkatkan Engagement dan Promosi Wisata Edukasi Sarasah Indah.” Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan digital masyarakat, tetapi juga bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dalam pengelolaan wisata lokal.

Tujuan utama dari program ini adalah: (1) meningkatkan kemampuan anggota Pokdarwis dalam mengelola promosi wisata menggunakan teknologi AI; (2) mengubah sistem promosi dari metode konvensional menjadi berbasis data dan otomatisasi; serta (3) membangun sistem interaksi digital dengan wisatawan melalui *chatbot* berbasis AI. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, masyarakat diharapkan mampu memanfaatkan teknologi untuk menciptakan konten promosi yang menarik, melakukan pemasaran digital yang tepat sasaran, serta membangun layanan informasi wisata yang cepat dan efisien.

Kegiatan ini juga sejalan dengan *Rencana Strategis Universitas Negeri Padang* dan kebijakan *Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)* yang menekankan keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks ini, program PMKM bukan hanya menjadi sarana transfer teknologi, tetapi juga media pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa untuk berperan sebagai agen perubahan di masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini menjadi wujud nyata kolaborasi antara akademisi, pemerintah nagari, dan komunitas lokal dalam mewujudkan transformasi digital di sektor pariwisata. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan *engagement* dan kunjungan wisatawan ke Sarasah Indah, tetapi juga menjadi model pengelolaan desa wisata berbasis AI yang berkelanjutan di Sumatera Barat.

METODE

1. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan *Community-Based Empowerment* atau pemberdayaan berbasis komunitas yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses perubahan sosial. Pendekatan ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Tujuannya adalah membangun kemandirian dan keberlanjutan program setelah kegiatan pengabdian berakhir. Dalam pelaksanaan program ini, digunakan pula model evaluasi *Context, Input, Process, Product* (CIPP) untuk memastikan bahwa setiap tahapan pelaksanaan dapat diukur efektivitas dan keberhasilannya secara sistematis.

A. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di Nagari Siguntur Tua, Kecamatan Koto XI Tarusan, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu kawasan potensial dengan destinasi *Wisata Edukasi Sarasah Indah* yang telah dikenal luas, tetapi belum dikelola secara optimal dari sisi promosi digital. Program pengabdian berlangsung selama delapan bulan, dimulai dari tahap perencanaan pada bulan Mei 2025 hingga tahap evaluasi akhir pada bulan Desember 2025. Kegiatan inti berupa pelatihan dan pendampingan dilaksanakan secara intensif pada tanggal 20–21 September 2025.

B. Desain dan Tahapan Pelaksanaan

Desain kegiatan dirancang secara partisipatif melalui kolaborasi antara tim dosen Universitas Negeri Padang, mahasiswa, dan masyarakat lokal. Tahapan kegiatan disusun dalam empat fase utama, yaitu:

1) Analisis Kebutuhan dan Sosialisasi Program

Tahap awal dilakukan untuk memetakan kebutuhan riil masyarakat terkait keterampilan digital dan promosi wisata. Analisis kebutuhan dilaksanakan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan Wali Nagari, perangkat desa, anggota Pokdarwis, tokoh masyarakat, dan pemuda karang taruna. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar anggota Pokdarwis memiliki pengetahuan terbatas tentang penggunaan teknologi digital dan media sosial dalam promosi wisata. Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian menyusun rancangan kegiatan yang berfokus pada pelatihan pembuatan konten digital, strategi pemasaran berbasis AI, dan pengembangan *chatbot* wisata.

2) Pelaksanaan Pelatihan Teknologi AI

Tahap pelatihan dilaksanakan selama dua hari di Posko Pokdarwis Sarasah Indah. Pelatihan terbagi dalam tiga sesi utama:

- a) Pelatihan Pembuatan Konten Visual dan Video Berbasis AI; Peserta diperkenalkan pada penggunaan aplikasi *Runway ML*, *Canva AI*, dan *DALL·E* untuk membuat desain poster, video promosi, dan foto realistis secara otomatis. Pelatihan ini mengajarkan peserta untuk mengubah ide-ide promosi menjadi konten visual profesional dengan waktu yang lebih efisien.
- b) Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis AI (AI-Driven Marketing); Peserta mempelajari strategi pemasaran berbasis data menggunakan *Jasper AI*, *ChatGPT*, dan *Meta Ads Manager*. Mereka dilatih untuk menganalisis perilaku pengguna, menentukan waktu unggahan yang optimal, serta merancang *caption* promosi yang menarik berbasis hasil analisis AI.
- c) Pelatihan Pembuatan Chatbot Wisata Berbasis AI; Sesi ini difokuskan pada pembuatan *chatbot* wisata menggunakan *ManyChat* dan *Dialogflow*. Chatbot dirancang untuk memberikan informasi otomatis kepada calon wisatawan, seperti harga tiket, jam operasional, rute perjalanan, dan fasilitas wisata yang tersedia.

Seluruh pelatihan dikemas secara aplikatif dengan metode *learning by doing* agar peserta dapat langsung mempraktikkan setiap langkah yang diajarkan.

C. Pendampingan dan Implementasi Lapangan

Pasca-pelatihan, dilakukan pendampingan selama satu bulan. Tim dosen dan mahasiswa mendampingi anggota Pokdarwis dalam mengimplementasikan hasil pelatihan di lapangan. Pendampingan difokuskan pada pengoperasian akun media sosial resmi wisata, pengujian chatbot wisata, serta penerapan analitik digital untuk mengukur efektivitas promosi. Pendekatan ini memastikan bahwa masyarakat tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menggunakannya secara berkelanjutan.

D. Evaluasi dan Refleksi Program

Evaluasi dilakukan secara bertahap menggunakan model CIPP:

- a) **Context Evaluation:** menilai relevansi program dengan kebutuhan masyarakat dan potensi lokal.
- b) **Input Evaluation:** menilai kelayakan sumber daya, baik manusia maupun sarana yang digunakan.
- c) **Process Evaluation:** menilai keterlaksanaan kegiatan sesuai jadwal dan efektivitas metode pelatihan.
- d) **Product Evaluation:** mengukur hasil nyata berupa peningkatan kemampuan digital, produk konten promosi, dan chatbot yang telah berfungsi.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan mampu mencapai lebih dari 85% target keberhasilan yang ditetapkan, dengan tingkat partisipasi peserta mencapai 100%.

E. Peserta dan Mitra Kegiatan

Peserta kegiatan terdiri atas 25 orang, yang meliputi 15 anggota Pokdarwis, 5 pemuda karang taruna, dan 5 perangkat nagari. Mitra utama kegiatan adalah Pemerintah Nagari Siguntur Tua, yang berperan aktif dalam menyediakan fasilitas pelatihan dan dukungan logistik. Kolaborasi ini memperkuat sinergi antara akademisi dan pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat desa wisata.

F. Instrumen dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui beberapa Teknik; (1) observasi langsung selama pelatihan; (2) wawancara mendalam dengan peserta dan pengurus Pokdarwis; (3) dokumentasi kegiatan; serta (4) kuesioner evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif untuk mengukur peningkatan kompetensi digital peserta, efektivitas pelatihan, serta dampak sosial terhadap promosi wisata.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan keterampilan teknis, tetapi juga untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi digital dalam keberlanjutan pariwisata lokal. Dengan pendekatan partisipatif dan berbasis teknologi, program ini menjadi contoh implementasi nyata sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam menghadapi tantangan era digitalisasi pariwisata.

HASIL dan PEMBAHASAN

A. Hasil

Pelaksanaan *Program Multidisiplin Kemitraan Masyarakat (PMKM)* di Nagari Siguntur Tua, Kabupaten Pesisir Selatan, menghasilkan berbagai capaian nyata baik dari sisi peningkatan kapasitas masyarakat maupun inovasi teknologi yang diterapkan. Selama kegiatan berlangsung, partisipasi masyarakat sangat tinggi, terutama dari anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan pemuda karang taruna. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kemauan kuat untuk belajar dan mengadopsi teknologi baru apabila difasilitasi dengan pendekatan partisipatif dan kontekstual.

Secara umum, kegiatan pengabdian mencakup tiga komponen utama: pelatihan pembuatan konten digital berbasis *Artificial Intelligence* (AI), pelatihan pemasaran digital berbasis AI, dan pengembangan *chatbot* wisata Sarasah Indah. Setiap komponen memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan digital masyarakat dan efektivitas promosi wisata.

Hasil pertama terlihat pada peningkatan kemampuan anggota Pokdarwis dalam memanfaatkan teknologi AI untuk pembuatan konten visual dan video promosi. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah menggunakan aplikasi digital seperti *Runway ML*, *Canva AI*, atau *DALL·E*. Setelah mengikuti kegiatan, peserta mampu membuat poster, video pendek, dan narasi promosi dengan kualitas yang jauh lebih baik. Berdasarkan hasil evaluasi pra dan pasca pelatihan, kemampuan digital peserta meningkat dari rata-rata 45% menjadi 87%. Pembuatan video berdurasi satu menit yang sebelumnya membutuhkan waktu dua hingga tiga hari, kini dapat diselesaikan dalam waktu dua jam berkat bantuan fitur AI generatif. Efisiensi waktu ini berdampak pada peningkatan produktivitas peserta dalam menghasilkan konten promosi wisata.

Hasil kedua adalah keberhasilan peserta dalam mengoptimalkan pemasaran digital menggunakan *AI-driven marketing tools* seperti *Jasper AI* dan *Meta Ads Manager*. Peserta dilatih untuk menganalisis data media sosial, memahami perilaku pengguna, menentukan waktu unggahan optimal, serta menulis *caption* promosi dengan gaya bahasa yang sesuai dengan target audiens. Strategi ini menghasilkan peningkatan signifikan dalam *engagement rate* akun media sosial wisata Sarasah Indah. Sebelum kegiatan, unggahan di akun Instagram Pokdarwis rata-rata memperoleh 30–50 interaksi per postingan. Dua minggu setelah pelatihan, angka interaksi meningkat menjadi 200–250 per unggahan, dengan pertumbuhan pengikut mencapai 35%. Salah satu kampanye digital bertajuk “*Explore Sarasah Indah*” bahkan menembus 1.200 penayangan di platform TikTok dalam dua hari.

Hasil ketiga berupa keberhasilan pengembangan *Chatbot Wisata Sarasah Indah* berbasis *ManyChat* yang diintegrasikan dengan akun media sosial Pokdarwis. Chatbot ini mampu memberikan respons otomatis terkait informasi wisata seperti harga tiket, jam operasional, rute perjalanan, dan fasilitas yang tersedia. Uji coba menunjukkan tingkat keberhasilan respons otomatis mencapai 94%, dengan waktu tanggapan rata-rata 1,2 detik. Inovasi ini mempercepat proses pelayanan informasi bagi calon wisatawan sekaligus menghemat waktu kerja anggota Pokdarwis.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga menghasilkan dampak sosial yang signifikan. Masyarakat menunjukkan perubahan sikap terhadap teknologi, dari semula bersifat pasif menjadi lebih adaptif dan kreatif. Mereka mulai menyadari bahwa teknologi dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi lokal. Berdasarkan observasi lapangan, terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisata sekitar 25% dalam satu bulan setelah kegiatan. Dampak ekonomi ini dirasakan langsung oleh masyarakat melalui peningkatan penjualan produk lokal seperti makanan, minuman, dan suvenir.

Kegiatan ini juga memperkuat kemitraan antara pemerintah nagari dan universitas. Pemerintah Nagari Siguntur Tua menyediakan fasilitas pelatihan, sarana pendukung, serta dukungan administratif. Sementara itu, tim pengabdian dari Universitas Negeri Padang menyediakan pelatih, materi, dan pendampingan teknis. Kolaborasi ini menciptakan hubungan sinergis antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat, yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan program.

B. Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan *Artificial Intelligence* dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan promosi wisata berbasis komunitas. Peningkatan keterampilan digital masyarakat bukan hanya memperluas kemampuan teknis,

tetapi juga memperkuat daya saing desa wisata di era digital. Masyarakat yang sebelumnya hanya mengandalkan cara konvensional kini mampu beradaptasi dengan teknologi modern untuk mengelola promosi secara mandiri. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian Samala et al. (2022), yang menegaskan bahwa penerapan AI di sektor pariwisata berperan besar dalam meningkatkan efisiensi promosi dan personalisasi pengalaman wisatawan.

Pelatihan pembuatan konten visual dan video berbasis AI terbukti mampu memicu transformasi peran masyarakat dari sekadar pengguna media sosial menjadi kreator digital. AI memberikan kemudahan bagi pengguna dengan kemampuan menghasilkan desain profesional dan video otomatis yang menarik. Hal ini mengubah pola pikir masyarakat mengenai kesulitan dalam promosi digital. Mereka mulai memahami bahwa teknologi AI tidak menggantikan kreativitas manusia, melainkan memperkuat dan mempercepat proses produksi. Seperti dijelaskan oleh Florido-Benítez dan Martínez (2024), AI berfungsi sebagai *co-creator* yang mendukung manusia dalam menciptakan konten yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar pariwisata.

Dari sisi pemasaran digital, hasil kegiatan menunjukkan bahwa *AI-driven marketing* mampu meningkatkan efektivitas strategi komunikasi. Sebelum program dilaksanakan, promosi wisata dilakukan tanpa perencanaan berbasis data. Setelah memahami analisis perilaku audiens melalui *AI analytics*, peserta mampu menentukan waktu unggahan terbaik dan gaya komunikasi yang sesuai. Strategi berbasis data ini menghasilkan peningkatan interaksi digital yang signifikan. Hasil ini sejalan dengan temuan Kumar et al. (2019) bahwa teknologi AI berkontribusi besar dalam mengoptimalkan pemasaran personalisasi dan meningkatkan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*). Dalam konteks ini, anggota Pokdarwis bertindak layaknya pengelola pemasaran profesional yang memahami bagaimana algoritma bekerja dalam membangun eksposur digital.

Keberhasilan pengembangan *Chatbot Wisata Sarasah Indah* menjadi bukti lain bahwa penerapan AI dapat meningkatkan profesionalisme pengelolaan wisata di tingkat desa. Chatbot bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi otomatis, tetapi juga sebagai inovasi pelayanan publik yang meningkatkan kenyamanan wisatawan. Dengan sistem ini, wisatawan dapat memperoleh informasi kapan pun dibutuhkan tanpa harus menunggu respons manusia. Temuan ini memperkuat pendapat Das (2024), yang menyatakan bahwa integrasi AI dalam destinasi wisata cerdas dapat meningkatkan efisiensi informasi dan memperluas jangkauan promosi. Selain itu, keberadaan chatbot juga memperlihatkan bahwa masyarakat pedesaan mampu mengoperasikan teknologi digital yang kompleks jika diberikan pelatihan dan pendampingan yang tepat.

Dampak sosial dari kegiatan ini tidak kalah penting. Program pengabdian berhasil menumbuhkan budaya belajar dan kolaborasi di kalangan masyarakat. Peserta tidak hanya memperoleh keterampilan baru, tetapi juga membangun kesadaran kolektif bahwa pengembangan wisata memerlukan inovasi berkelanjutan. Beberapa anggota Pokdarwis bahkan mulai melatih rekan lainnya, sehingga terbentuk sistem *peer learning* yang memperkuat keberlanjutan program. Hal ini sesuai dengan prinsip pendidikan nonformal berbasis partisipasi, di mana proses pembelajaran berlangsung secara horizontal melalui berbagi pengalaman antar warga belajar (Agustina & Irmawita, 2023).

Dari perspektif pemberdayaan, kegiatan ini menunjukkan keberhasilan model kolaboratif *triple helix* yang melibatkan akademisi, pemerintah, dan masyarakat. Kolaborasi ini menghasilkan transfer pengetahuan yang lebih efisien dan relevan dengan konteks lokal. Pemerintah nagari berperan sebagai fasilitator, masyarakat sebagai pelaku utama, dan universitas sebagai penyedia ilmu pengetahuan dan teknologi. Sinergi ketiga unsur ini mempercepat proses transformasi sosial menuju masyarakat desa yang melek teknologi dan berdaya secara ekonomi. Hal ini sejalan dengan penelitian Rozi, Putri, dan Ulwah (2023), yang menunjukkan bahwa pengembangan wisata berbasis pemberdayaan masyarakat

memerlukan dukungan kolaboratif antar lembaga untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Secara umum, kegiatan ini menegaskan bahwa penerapan AI dalam konteks pendidikan nonformal dapat menjadi sarana strategis pemberdayaan masyarakat. Melalui pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan langsung, masyarakat mampu menginternalisasi keterampilan baru yang sebelumnya dianggap sulit. Transformasi digital yang terjadi di Nagari Siguntur Tua membuktikan bahwa teknologi tidak hanya milik kota besar, tetapi juga dapat menjadi kekuatan pembangunan pedesaan. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengelola media digital dan memanfaatkan AI, desa wisata ini kini memiliki daya saing yang lebih tinggi dalam menarik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Secara konseptual, hasil kegiatan ini memperkuat pandangan bahwa pemberdayaan masyarakat di era digital tidak cukup hanya mengandalkan pendekatan sosial, tetapi juga perlu mengintegrasikan inovasi teknologi. AI berperan sebagai katalis perubahan, mempercepat proses produksi, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan efisiensi komunikasi. Namun demikian, keberhasilan penerapan AI sangat bergantung pada kesiapan masyarakat, dukungan kebijakan pemerintah lokal, serta keberlanjutan pendampingan dari lembaga pendidikan tinggi. Oleh karena itu, kegiatan PMKM ini dapat menjadi model praktik baik yang layak direplikasi di desa wisata lainnya di Sumatera Barat dan Indonesia, dengan penyesuaian terhadap karakteristik sosial-budaya masing-masing daerah.

EVALUASI dan REFLEKSI

Evaluasi kegiatan *Program Multidisiplin Kemitraan Masyarakat (PMKM)* dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan, efektivitas, serta dampak yang dihasilkan dari implementasi program di Nagari Siguntur Tua. Model evaluasi yang digunakan mengacu pada pendekatan *Context, Input, Process, Product (CIPP)*, yang memungkinkan penilaian secara komprehensif terhadap setiap aspek pelaksanaan kegiatan.

Dari sisi **konteks**, kegiatan dinilai sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat. Pokdarwis Sarasah Indah menghadapi permasalahan nyata berupa rendahnya kemampuan promosi digital dan minimnya pemanfaatan teknologi informasi. Melalui analisis kebutuhan awal, program ini berhasil menjawab tantangan tersebut dengan memberikan pelatihan yang aplikatif dan berbasis potensi lokal.

Pada aspek **input**, sumber daya manusia dan sarana pendukung dinilai memadai. Tim dosen dari Universitas Negeri Padang berperan sebagai fasilitator dan mentor, sementara pemerintah nagari menyediakan fasilitas serta dukungan logistik. Sinergi antar pihak berjalan harmonis sehingga menciptakan iklim belajar yang kondusif bagi peserta.

Aspek **proses** menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan berlangsung efektif dan partisipatif. Seluruh peserta mengikuti pelatihan hingga selesai dengan tingkat kehadiran 100%. Metode *learning by doing* dan *blended mentoring* terbukti mampu meningkatkan pemahaman peserta secara cepat. Peserta terlibat aktif dalam diskusi, praktik pembuatan konten, dan implementasi chatbot wisata.

Dari segi **produk**, kegiatan menghasilkan output yang konkret dan terukur. Terbentuknya tim kreatif Pokdarwis, meningkatnya kemampuan digital masyarakat, serta terciptanya *Chatbot Wisata Sarasah Indah* menjadi bukti keberhasilan program. Dampak lanjutan terlihat dari peningkatan *engagement* media sosial dan kenaikan jumlah pengunjung wisata sekitar 25% dalam waktu satu bulan pascapelatihan.

Refleksi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya terletak pada hasil teknologi yang dihasilkan, tetapi juga pada transformasi sosial yang muncul. Masyarakat menjadi lebih percaya diri, kreatif, dan memiliki kesadaran baru tentang pentingnya adaptasi digital. Keberhasilan ini menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis

teknologi mampu memperkuat kapasitas masyarakat dan membuka jalan menuju desa wisata cerdas yang mandiri dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan *Program Multidisiplin Kemitraan Masyarakat (PMKM)* yang dilaksanakan di Nagari Siguntur Tua, Kabupaten Pesisir Selatan, dengan tema “*Optimalisasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Meningkatkan Engagement dan Promosi Wisata Edukasi Sarasah Indah*” telah berhasil mencapai tujuan utama pengabdian, yaitu meningkatkan kemampuan digital dan kemandirian masyarakat dalam mengelola promosi wisata berbasis teknologi. Melalui pendekatan pemberdayaan partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal, program ini mampu mengubah pola pikir masyarakat dari cara kerja tradisional menuju inovasi digital yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten digital, pemasaran berbasis AI, serta pengembangan *Chatbot Wisata Sarasah Indah* telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas masyarakat. Anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi, kini telah mampu memproduksi konten visual dan video promosi secara mandiri menggunakan aplikasi AI seperti *Runway ML* dan *Canva AI*. Kemampuan mereka dalam mengelola media sosial juga meningkat signifikan, ditandai dengan kenaikan interaksi digital (*engagement*) serta bertambahnya pengikut akun wisata secara konsisten.

Keberhasilan program ini tidak hanya diukur dari peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga dari perubahan sikap dan budaya kerja masyarakat. Masyarakat menjadi lebih percaya diri dan memiliki kesadaran baru tentang pentingnya digitalisasi dalam pengembangan ekonomi lokal. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah nagari, dan komunitas lokal membuktikan bahwa sinergi *triple helix* dapat menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan. Selain itu, penerapan teknologi AI di tingkat desa menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya dapat diterapkan di wilayah perkotaan, tetapi juga di komunitas pedesaan yang memiliki potensi wisata tinggi.

Dengan demikian, kegiatan ini menegaskan bahwa pemanfaatan AI dalam pemberdayaan masyarakat mampu menjadi katalis transformasi menuju desa wisata cerdas (*smart tourism village*). Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efektivitas promosi wisata, tetapi juga memperkuat identitas lokal dan mendorong kemandirian ekonomi berbasis potensi daerah. Kegiatan ini dapat menjadi model praktik baik (*best practice*) bagi program pengabdian masyarakat lainnya dalam upaya membangun kapasitas masyarakat digital di sektor pariwisata berbasis komunitas.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan dan refleksi pelaksanaan program, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dijadikan dasar pengembangan lanjutan:

1. **Pelatihan Lanjutan (Training of Trainers/ToT):** Diperlukan pelatihan lanjutan bagi anggota Pokdarwis yang telah mengikuti program agar mereka dapat berperan sebagai pelatih lokal. Pendekatan ini akan memastikan keberlanjutan pengetahuan dan memperluas jangkauan pelatihan bagi masyarakat lain di sekitar kawasan wisata.
2. **Penguatan Infrastruktur Digital:** Pemerintah nagari dan pemerintah daerah perlu memperbaiki dan memperluas jaringan internet di kawasan wisata agar proses promosi digital dan penerapan teknologi AI dapat berjalan lebih optimal dan tidak terganggu kendala teknis.

3. **Diversifikasi Teknologi Wisata:** Pokdarwis disarankan untuk mengembangkan teknologi lanjutan seperti *Augmented Reality (AR)* dan *Virtual Reality (VR)* untuk menciptakan pengalaman wisata digital yang lebih interaktif dan menarik bagi wisatawan muda.
4. **Kolaborasi Berkelanjutan dengan Perguruan Tinggi:** Kerja sama antara universitas dan nagari perlu dipertahankan melalui program pendampingan, penelitian terapan, dan pengembangan konten wisata digital. Kemitraan ini penting untuk menjaga kesinambungan inovasi dan pemutakhiran teknologi.
5. **Kebijakan Pemberdayaan Digital Desa:** Pemerintah daerah diharapkan menyusun kebijakan yang mendukung pengembangan desa wisata berbasis AI, baik dalam bentuk pelatihan, insentif teknologi, maupun pembentukan pusat literasi digital di tingkat nagari.
6. **Monitoring dan Evaluasi Berkala:** Diperlukan sistem evaluasi rutin terhadap efektivitas penggunaan AI dalam promosi wisata untuk memastikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan implementasi rekomendasi tersebut, diharapkan Nagari Siguntur Tua dapat menjadi model percontohan desa wisata digital berbasis pemberdayaan masyarakat di Sumatera Barat. Transformasi ini bukan hanya tentang penguasaan teknologi, tetapi juga tentang bagaimana masyarakat memaknai teknologi sebagai bagian dari kemandirian dan inovasi lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, Y., & Irmawita, I. (2023). The relationship between community knowledge and the level of participation in natural tourism empowerment activities in Siguntur Tua Kabupaten Pesisir Selatan. *Kolokium: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 11(3), 511–518.
- Armawi, A. (2008). Kearifan lokal Batak Toba Dalihan Na Tolu dan good governance dalam birokrasi publik. *Jurnal Filsafat*, 18(2), 157–166. <https://doi.org/10.22146/jf.3522>
- Cunha, M. N., Pereira, M., Cardoso, A., Figueiredo, J., & Oliveira, I. (2024). Redefining consumer engagement: The impact of AI and machine learning on marketing strategies in tourism and hospitality. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 53(2), 514–521. <https://doi.org/10.30892/gtg.53436-1065>
- Das, S. (2024). Application of AI technology for the development of destination tourism towards an intelligent information system. *Economic Affairs*, 69(2), 1–10. <https://doi.org/10.46852/0424-2513.2.2024.1>
- Florido-Benítez, L., & del Alcázar Martínez, B. (2024). How artificial intelligence (AI) is powering new tourism marketing and the future agenda for smart tourist destinations. *Electronics*, 13(21), 4151. <https://doi.org/10.3390/electronics13214151>
- Kumar, V., Rajan, B., Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2019). Understanding the role of artificial intelligence in personalized engagement marketing. *California Management Review*, 61(4), 135–155. <https://doi.org/10.1177/0008125619859317>
- Rozi, M. F., Putri, L. D., & Ulwah, N. (2023). The role of community empowerment-based tourism awareness groups (Pokdarwis) in developing natural tourism potential in Seribu Gonjong. *Kolokium: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 11(3), 315–328.

- Rozi, M. F., Sunarti, V., & Hayati, R. H. (2023). Community empowerment through fresh water fish cultivation competence in Kabupaten Srono. *Kolokium: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 11(2), 200–210.
- Samala, N., Katkam, B. S., Bellamkonda, R. S., & Rodriguez, R. V. (2022). Impact of AI and robotics in the tourism sector: A critical insight. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 73–87. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2020-0116>
- Suanpang, P., & Pothipassa, P. (2024). Integrating generative AI and IoT for sustainable smart tourism destinations. *Sustainability*, 16(17), 7435. <https://doi.org/10.3390/su16177435>
- Vij, M., Vij, A., Kumar, P., & Shameem, B. (2024). Impact of AI-driven customer insights on brand engagement and loyalty in tourism marketing. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Cyber Resilience (ICCR)* (pp. 1–7). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICCR60973.2024.10576429>