Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page 13973-13986

Pelatihan Citizen Jurnalism untuk Mengembangkan Pariwisata Dan Industri Kecil Menengah (Ikm) Sebagai Inovasi Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Nagari Tigo Jangko Kabupaten Tanah Datar

Novrizal[1] , Olan Yogha Pratama[2], Mia Fahmiati[3], Firnando Sabetra[4]
[1, 2, 3, 4] **Departement Sendratasik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang**
Corresponding Author: Novrizal , E-mail: novrizalsadewa@unp.ac.id

Published: November, 2025

ABSTRAK

Pertumbuhan industri pariwisata dan dan Industri Kecil Menengah (IKM) di suatu daerah akan menciptakan manfaat berlipat ganda (multiplier effect) bagi negara, pemerintah daerah, dan merangsang pertumbuhan ekonomi masyarakat dengan peluang kerja baru, dan meningkatkan pendapatan. Begitu juga halnya dengan IKM, tentu tidak sekedar hanya bentuk dan mutu produk saja, melainkan bagaimana IKM tersebut di promosikan dengan foto, video serta narasi yang menarik tepat lisan dan tulisan. Segala macam keindahan dan keunikan alam serta budaya, serta aneka produk IKM tentu tidak akan menarik wisatawan jika tidak dikemas dengan penyajian yang apik serta publikasi yang indah dan menarik dalam bentuk visual maupun tulisan. Hal inilah yang menjadi masalah bagi nagari Tigo Jangko, kecamatan Lintau Buo, kabupaten Tanah Datar, kekayaan potensi wisata dengan sejumlah keindahan alam tidak menjadi daya Tarik di nagari tersebut, Begitu juga dengan IKM, nageri tersebut mempunyai sentra tenun dan songket. Untuk menyokong hal tersebut ada beberapa alternatif yang dapat dilakukan, salahsatunya dengan meningkatkan sumber daya manusia dan kompetensi masyarakat, maupun penggiat pariwisata dan pihak yang terlibat dalam IKM melalui jurnalisme warga (citizen jurnalism). Melaui jurnalisme warga, penggerak pariwisata, pelaku dan pekerja IKM dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mempromosikan potensi wisata lokal dan serta produk industri dengan berbagi pengalaman, foto, video, dan cerita melalui platform media sosial atau portal berita, Dalam hal ini warga dan pelaku IKM menjadi agen promosi yang efektif dan menjadi daya tarik bagi calon wisatawan. Hal ini memberi peluang bagi warga dan pelaku IKM untuk mengembangkan diri dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: inovasi, pariwisata, perekonomian, industri, citizenjurnalism

ABSTRACT

The growth of the tourism industry and Small and Medium Enterprises (SMEs) in a region will create multiple benefits (multiplier effects) for the country and local government, stimulating economic growth in the community and providing new job opportunities and increased income. Likewise, with SMEs, it's not just about the form and quality of the product; it's also about how the SMEs are promoted through photos, videos, and compelling narratives, both verbally and in writing. The beauty and uniqueness of nature and culture, as well as the variety of SME products, will certainly not attract tourists if they are not presented neatly and engagingly, accompanied by beautiful and visually appealing publications, both written and visual. This is a problem for Tigo Jangko village, Lintau Buo sub-district, Tanah Datar Regency. Its rich tourism potential, coupled with its natural beauty, is not a significant draw. Similarly, the village boasts a weaving and songket center. To support this, several alternatives are available, including improving human resources and the community's competency, as well as engaging tourism activists and other SMEs through citizen journalism. Through citizen journalism, tourism promoters, small and medium enterprises (SMEs), and workers can make significant contributions to promoting local tourism potential and industrial products by sharing experiences, photos, videos, and stories through social media platforms or news portals. In this way, citizens and small and medium-sized enterprises (SMEs) become effective promotional agents, attracting potential tourists. This provides opportunities for citizens and small and medium enterprises (SMEs) to develop themselves and increase income.

Keywords: innovation, tourism, economy, industry, citizen journalism

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri pariwisata dan UMKM di suatu daerah dapat menghasilkan efek berganda (multiplier effect) pada perekonomian lokal, berupa penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pemicu aktivitas ekonomi lain (Sari & Veri, 2025b). Namun, agar efek ini tercapai secara optimal, diperlukan strategi promosi yang efektif sehingga nilai budaya, alam, dan produk khas daerah mampu menjangkau audiens lebih luas. Tanpa pengelolaan promosi yang baik, potensi pariwisata dan UMKM sering kali tidak memberi dampak signifikan bagi kesejahteraan masyarakat.

Salah satu pendekatan inovatif untuk mengatasi persoalan ini adalah melalui jurnalisme warga (citizen journalism). Penelitian terkait akun Instagram @pulau.enggano menunjukkan bahwa warga lokal mampu menyebarkan informasi wisata secara cepat dan efektif, sehingga memperluas jangkauan promosi wilayah yang kurang terekspos (Satrio, 2024; Wilujeng et al., 2025). Temuan serupa diperoleh pada penelitian akun @visitsidimpuan yang memperlihatkan bahwa citizen journalism berfungsi sebagai media informasi publik dan memperkuat branding daerah melalui partisipasi masyarakat (Kahpi, 2023). Dengan demikian, jurnalisme warga dapat menjadi alternatif strategi promosi yang lebih partisipatif dan berkelanjutan bagi masyarakat Nagari Tigo Jangko.

Selain itu, digitalisasi UMKM terbukti memberikan dampak signifikan terhadap daya saing dan efisiensi usaha. Studi kasus penerapan digitalisasi melalui BiruMarket membuktikan bahwa platform digital berbasis website mampu memperkuat ekonomi sirkular UMKM kerajinan (Anistia et al., 2025). Penelitian lain menegaskan bahwa strategi digitalisasi mendukung pengelolaan sumber daya yang lebih efisien sekaligus memperluas pangsa pasar usaha kecil (Cholifah et al., 2024). Di sisi lain, telaah literatur juga menyebutkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan daya saing UMKM sekaligus mendorong praktik ekonomi hijau berbasis keberlanjutan (7). Meski demikian, hambatan seperti keterbatasan literasi digital dan persepsi sulitnya teknologi masih menjadi tantangan dalam implementasi.

Dengan latar tersebut, program Pelatihan Citizen Journalism untuk Mengembangkan Pariwisata dan UMKM di Nagari Tigo Jangko dirancang untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam membuat konten promosi berbasis digital. Melalui pelatihan ini, warga dibekali keterampilan dalam memproduksi foto, video, maupun tulisan naratif yang menarik dan efektif. Harapannya, potensi wisata dan produk lokal dapat tersampaikan lebih luas, meningkatkan daya tarik Nagari Tigo Jangko, memperbesar peluang pasar UMKM, sekaligus memperkuat identitas budaya daerah di tengah arus digitalisasi.

Berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh tim pengusul dengan Wali Nagari Tigo Jangko Mustafa Kamal, permasalahan-permasalahan yang dihadapi, ketika membangun masyarakat yang maju dalam bingkai masyarakat yang madani ke depan dapat tercapai salah satunya dengan mewujudkan pariwisata nagari dan IKM di Tigo Jangko sebagai sektor unggulan nagari.

Wali Nagari juga mengakui kalau sector wisata di nagarinya tidak tergarap. Selain itu penggunaan media social sebagai ajang promosi oleh warga juga tidak maksimal karena tidak mempunyai standar dan

cara promosi yang benar. Mustafa Kamal juga mengakui kalau potensi pariwisata ini bisa tergarap tentu akan berdampak signifikan terhadap pendapatan warganya.

Selain pariwisata nagari ini juga mempunyai Industri Kecil Menengah (IKM) yaitu Sentra Tentun Songket Lintau, meski songket Lintau merupakan songket tertua di Minangkabau namun tidak banyak diketahui orang. Sentra tenun ini mampu memproduksi dasar baju kain tenun sekitar 100 lembar per bulan dan kain songket rata-rata tiga set sebulan. Menurut Manajer Sentra Tenun Songket Lintau, Yudi Feri, sepanjang tahun 2024 pihaknya hanya mampu meraih omset sekitar Rp200 juta. Akan tetpi jika melihat potensi dan peralatan serta sarana dan prasarana yang ada harusnya omset yang didapat bisa jauh melebihi angkat tersebut. Yudi Feri mengakui pihaknya masih terkendala dengan promosi yang baru sebatas iven-iven tertentu saja dan sangat minim melalui media social yang ditata dengan baik.

Tentu saja untuk mempopulerkan dan membuat orang mengetahui serta datang dan berbelanja, diperlukan cara yang jitu dalam promosi, salahasatun cara yang yang diyakini cukup mumpuni adalah menggunakan jurnalisme warga (citizen journalism). Dengan sudut dan cara pengambilan gambar yang baik untuk foto dan video serta narasi yang tepat tentu ditambah ilustrasi music yang indah dan tepat tentu akan memberikan informasi yang menarik bagi wisatawan untuk mengunjungi IKM Sentra Tenunan Songket Lintau yang saat ini dikelola Yayasan Kriya Minangkabau Tigo Jangko. Selama ini hal-hal tersebut luput dari ekspos, kalaupun ada hanya lewat foto ataupun video amatir yang tidak tertata dengan baik dan menjadi daya tarik. Selama ini sentra tenun tersebut minim dalam bentuk promosi sehingga terkesan jalan di di tempat.

Untuk mencapai hal tersebut perlu dibenahi cara promosi dan publikasi baik secara foto, video, maupun narasi yang menarik sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, Untuk itu perlu diadakan pelatihan (workshop) tentang jurnalisme warga, berupa cara pengambilan foto dan video, cara editing foto dan video, serta cara menulis naskah yang tepat untuk foto dan video. Dengan demikian Revitalisasi Pariwisata Nagari melalui Jurnalisme Warga (Citizen Jurnalism) sebagai sebuah inovasi pengembangan pariwisata dan IKM di Tigo Jangko sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat dan dapat dijadikan sebagai Unggulan Daerah menjadi ikon Destinasi Wisata itu.

Berdasarkan hasil diskusi yang difasilitasi dan dihadiri oleh Wali Nagari Tigo Jangko dan Manajer Sentra Tenun Songket Lintau dengan dosen-dosen Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) Univesitas Negeri Padang (UNP) untuk berkolaborasi bersama mencarikan solusi untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat sehingga mereka dapat menciptakan kegiatan serta peluang meningkatkan pendapatan melalui program pengabdian kepada masyarakat dengan skema PMKM.

Dari hasil observasi dan diskusi yang tim pengusul lakukan dengan Pemerintah Nagari dan masyarakat banyak kelompok potensial yang dapat dibina dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat. Salah satu kelompok masyarakat yang potensial adalah organisasi Karang Taruna yang ada di Nagari Tigo Jangko dan karyawan dari Sentra Tenun Songket Lintau.

Berdasarkan analisis situasi maka dapat diidentifikasikan permasalahan prioritas mitra yang mendesak untuk diatasi yang memerlukan kepakaran bidang ilmu yang berbeda, meliputi 3 bidang ilmu yaitu: Sastra dan Seni Musik, dan Bahasa Indonesia. Permasalahan yang akan ditangani adalah benar-benar merupakan kebutuhan yang sangat mendesak mitra dan sejalan dengan program pemerintah nagari, Kabupaten dan bahkan pemerintah pusat. Pada kesempatan ini, tim PKM akan memberikan pelatihan dan pendampingan untuk membuat media promosi dan mempromosikan produk dan jasa ini melalui media sosial seperti instagram dan facebook. maunpun YouTube Media sosial ini dipilih karena memiliki jangkauan yang luas serta menjadi media favorit yang diakses oleh banyak kalangan. Luaran dari solusi ini adalah 85% peserta pelatihan yang merupakan anggota organisasi Karang Taruna dan pekerja IKM mampu membuat promosi untuk produk dan jasa yang dihasilkan melalui media media sosial dan tersedianya instagram dan facebook sebagai platform media promosi bagi produk dan jasa yang dihasilkan organisasi ini.

METODE PENELITIAN

1. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian Program Multidisplin Kemitraan Masyarakat (PMKM) ini tentu saja melibatkan banyak unsur dan mitra, diantaranya; akademisi dan professional pada bidang pengambilan gambar dan video, serta narasi berita, Wali Nagari Tigo Jangko, Manajer IKM Yayasan Kriya Minangkabau, masyarakat, karyawan, dan penggiat pariwisata, mapun pelaku UMKM kuliner di nagari Tigo Jangko. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu: (1) tahap perencanaan, (2) tahap pelaksanaan, (3) tahap evaluasi dan luaran, berikut penjelasannya;

a. Tahap perencanaan

Tahap ini merupakan proses observasi dan wawancara awal dengan, Wali Nagari Tigo Jangko, warga dan penggiat pariwisata serta IKM Yayasan Kriya Minangkabau di Tigo Jangko, serta merencanakan instruktur professional baik bidang teknik pembuatan video, editing video, dan penulisan narasi video dari jurnalisme warga yang sesuai dengan selera wisatawan dan situasi kekinian. Bentuk perencanaan ini melihat dan mengamati secara langsung potensi pariwisata di nagari Tigo Jangko. Kemudian melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada yang akan dikembangkan untuk kebutuhan pariwisata. Adapun solusi yang akan dilakukan yaitunya dalam bentuk kerjasama mitra dalam Program PMKM ini, dengan merancang program dalam bentuk workshop serta pelatihan pengembangan *citizen journalism*/jurnalisme warga oleh masyarakat sehingga pariwisata nagari menjadi kebanggaan bagi masyarakatnya.

b. Tahap pelaksanaan

Tahap ini akan dilakukan kegiatan workshop dengan pemuda dan penggiat pariwisata, serta karyawan IKM Yayasan Kriya Minangkabau agar bentuk video jurnalisme warga yang dihasilkan dari setiap proses kerja yang dilakukan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan sengga mereka mau

berkunjung dan berdampak bagi perekonomian masyarakat. Menjawab tantangan tersebut maka Tim PMKM sebagai instruktur harus bekerja keras untuk terwujudnya jurnalisme warga yang layak dan mempunyai daya tarik seingga mampu menggairahkan pariwisata di nagari serta meningkatkan pendapatan warga. Workshop ini perlu dilakukan mengingat akan berguna untuk membekali pengetahuan serta wawasan (*softskill*) penggiat pariwisata dan masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pengembangan kreativitas dalam bentuk praktek (*hardskill*).

c. Tahap evaluasi

Merupakan tahap akhir yaitunya evaluasi capaian kegiatan dengan melihat efektifitas kegiatan sebagai capaian akhir (*softskill*dan *hardskill*) untuk mitra dan membuat laporan serta target luaran.Kegiatan pengabdian dalam Program PMKM pada pemuda, pelajar, dan penggiat pariwisata serta pelaku IKM di nagari dilakukan dalam bentuk pemberian workshop dan pelatihan pengembangan teknik pengambilan gambar dan video, pengembangan teknik aditing video, serta pengembangan penulisan narasi video agar muncul kreativitas.

Pemberdayaan dan pengembangan peluang bisnis bagi masyarakat dalam hal ini Karang Taruna dan Sentra Tenun Songket Lintau di Nagari Tigo Jangko melalui PKM yang tim usulkan kali ini diharapkan dapat memberdayakan ekonomi masyarakat, dan menambah jenis usaha masyarakat sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus ikut menyukseskan program menciptakan. menciptakan 100 ribu pengusaha baru (enterpreneur) dicanangkan oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) 2021-2026.

Untuk mensukseskan program ini tentu dibutuhkan komitmen dan kerjasama dari berbagai pihak agar program ini berjalan dengan baik sesuai dengan target yang direncanakan. PKM hadir untuk memberikan keterampilan baru bagi anak-anak muda ini berupa keterampilan jurnalisme warga yang dapat mempromosikan pariwisata dan dan IKM di nigari mereka. Pemberian pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan soft skills dan hard skills dan membentuk atau mengembangkan masyarakat yang mandiri secara ekonomi. Selain terkait dengan penyelesaian permasalahan mitra kegiatan, PKM ini juga bertujuan untuk mendukung pencapaian IKU UNP diantaranya: 1) mahasiswa yang dapat dikonversi setara dengan maksimal 20 sks mendapat pengalaman di luar kampus khususnya kegiatan pengabdian masyarakat 2) IKU 3 dosen berkegiatan di luar kampus khusus menjadi pelatih dan fasilitator masyarakat di Nagari Sunua 3) IKU 5 hasil kerja dosen digunakan
oleh masyarakat berupa berbagai teknologi yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh mitra.

2. Partisipasi Mitra dan Pemda/Lembaga dalam Pelaksanaan Program

Mitra kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah kelompok pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna dan pekerja IKM Sentra Tenun Songket Lintau Nagari Tigo Jangko yang didukung oleh Pemerintah Nagari Tigo Jangko, Kecamatan Lintau Buo, Kabupaten Tanah Datar. Mitra kelompok pemuda dan pekerja IKM Sentra Tenun Songket Lintau akan berpartisipasi langsung sebagai peserta

pelatihan dan diskusi, dan diharapkan mereka aktif dalam kegiatan pelatihan ini sehingga mereka paham bagaimana pentingnya kegiatan PKM ini. Tempat pelatihan juga akan difasilitasi oleh mitra termasuk partisipasi mitra dalam kepanitiaan dan penyedian berbagai perlengkapan untuk pelatihan dan pendampingan. Jika usaha ini berkembang diharapkan dapat membantu peningkatan kesejahteraan anggota, membuka lapangan kerja baru dan juga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.

3. Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Kegiatan evaluasi pelaksanaan program PKM ini akan dilaksanakan melalui diskusi dan pengisian angket bersama mitra selama kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk mendapatkan respon peserta atas kegiatan yang dilakukan. Di akhir kegiatan juga akan dilakukan evaluasi oleh tim pelaksana dengan mengecek kembali apakah masalah mitra sudah mendapatkan solusi terbaik melalui kegiatan PKM ini. Selanjutnya, kegiatan Monitoring dan Evaluasi (MONEV) juga akan dilakukan oleh kan oleh Tim MONEV LP2M UNP.

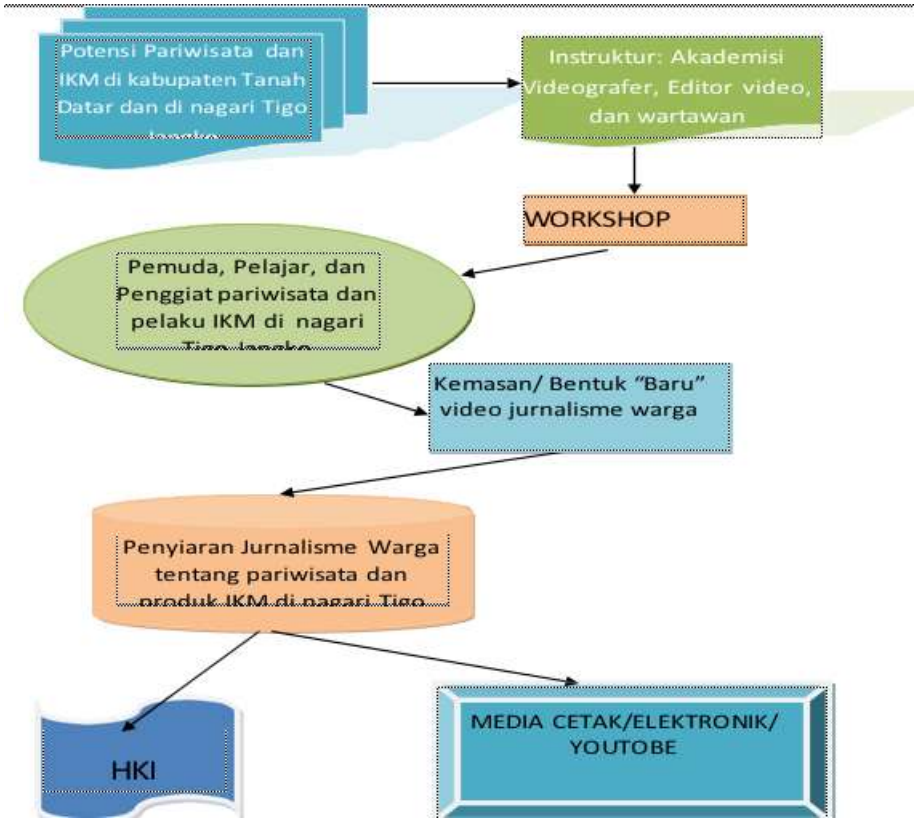
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada program ini tim pengabdian masyarakat PKM akan mengimplementasikan beberapan iptek yang terkait. Pertama, iptek yang diterapkan adalah, khususnya keterampilan megambil foto dan mengambil gambar video tentang pariwisitas dan Sentra Tenun Songket Lintau dan nantinya bisa dikembangakan menajadi kreatifitas dengan tema yang bermacam-macam. Kegiatan ini tentunya menggunakan alat-alat yang sudah disiapkan peserta dengan instruktur yang berpengalaman sehingga melalui kegiatan ini lahir foto-foto dan video keindahan alam dan pariwisata serta IKM Sentra Tenun Songket Lintau. Kedua iptek yang akan diterapkan juga terkait dengan Seni Musik dan Bahasa Indonesia dalam hal ini menulis narasi dari vifoto dan video yang dihasilkan

Melalui kegiatan ini tercipta modal awal dalam membuat dan mengkreasikan objek wisata dan IKM Sentra Tenun Songket Lintau nantinya dapat dimanfaatkan oleh pemuda Karang Taruna dan pekerja IKM. Ketiga adalah terkait dengan promosi produk dan jasa melalui ilmu manajemen. Aktivitas atau kegiatan ini adalah dalam rangka menciptakan media promosi bagi produk yang nanti dihasilkan pemuda Karang Taruna serta poekerja IKM berbasis media sosial instagram dan facebook.

Adapun metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan adalah adalah dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Instruktur dalam kegiatan ini telah berpengalaman dalam bidang Seni Musik, dan Jurnalistik, serta *Public Speaking*. Kegiatan pendampingan dilakukan melalui pendampingan kunjungan langsung maupun dengan fasilitas zoom, telepon ataupun whatsapp. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah, diskusi, tanya jawab, praktek dan pembimbingan. Pelatihan dan pendampingan ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan mitra sehingga mitra dapat berkembang dan produk dan jasa yang dihasilkan dapat dikenal secara luas sehingga menjadi income generating bagi organisasi.

Gambaran Ipteks yang diterapkan tersebut dapat dideskripsikan melalui gambar berikut:



Dari skema di atas menunjukkan bahwa Program Pengembangan Multidiplin Kemitraan Masyarakat Produk Unggulan Daerah (PMKM) dengan *Workshop Citizen Jurnalism*/ Jurnalisme Warga sebagai bentuk Revitalisasi Pariwisata Nagari dan IKM *s*ebagai Inovasi Pengembangan Pariwisata di Nagari Tigo Jangko dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat untuk penunjang pariwisata dan IKM.

Dalam rangka pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul *"Pelatihan Citizen Journalism untuk Mengembangkan Pariwisata dan Industri Kecil Menengah (IKM) sebagai Inovasi Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Nagari Tigo Jangko Kabupaten Tanah Datar"*, telah dilakukan serangkaian penyuluhan dan pelatihan yang berfokus pada peningkatan pengetahuan serta keterampilan masyarakat. Hasil dari kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 2 yang memuat permasalahan yang dihadapi masyarakat, bentuk kegiatan yang telah dilakukan, serta capaian yang diperoleh setelah pelaksanaan program.

Tabel 1. Hasil yang Telah Dicapai dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Masalah	**Kegiatan yang Telah Dilakukan (Penyuluhan dan Pelatihan)**	**Hasil yang Dicapai**
Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang citizen journalism sebagai media promosi	Penyuluhan mengenai konsep dasar citizen journalism dan perannya dalam promosi pariwisata dan IKM	Masyarakat memahami pentingnya citizen journalism sebagai sarana publikasi dan promosi produk/daerah
Rendahnya keterampilan masyarakat dalam membuat konten digital (berita, foto, dan video)	Pelatihan teknis pembuatan konten berita, fotografi sederhana, dan videografi	Masyarakat mampu membuat konten berita singkat, foto, dan video yang layak untuk dipublikasikan

	dengan perangkat yang dimiliki	
Terbatasnya pemanfaatan media sosial untuk pemasaran pariwisata dan produk IKM	Workshop optimalisasi penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp Business) untuk promosi	Terjadi peningkatan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi efektif
Minimnya jejaring promosi antar-pelaku IKM dan pengelola pariwisata	Pelatihan kolaborasi dan strategi membangun jaringan komunikasi melalui komunitas jurnalisme warga	Terbentuknya komunitas kecil citizen journalism lokal yang aktif berbagi konten dan mempromosikan potensi daerah

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Mitra dalam Pemahaman Dasar Citizen Journalism

Pada tahap awal kegiatan, ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat di Nagari Tigo Jangko masih asing dengan istilah citizen journalism dan belum memahami fungsinya sebagai sarana promosi pariwisata dan IKM. Pengetahuan masyarakat sebatas pada penggunaan media sosial untuk berbagi aktivitas pribadi, bukan sebagai media publikasi yang strategis. Hal ini sesuai dengan temuan Wahyudi & Hastjarjo yang menyebutkan bahwa literasi media masyarakat Indonesia masih rendah, sehingga pelatihan berbasis jurnalisme warga diperlukan untuk meningkatkan pemahaman tentang fungsi media dalam pemberdayaan komunitas (Cholifah et al., 2024).

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan memberikan materi dasar tentang prinsip dan etika jurnalistik, termasuk pentingnya akurasi, objektivitas, dan tanggung jawab sosial. Peserta juga diperkenalkan pada jenis-jenis konten jurnalistik sederhana, seperti berita singkat, artikel pengalaman, dan dokumentasi visual. Dengan metode ceramah interaktif dan diskusi, peserta mampu memahami bahwa citizen journalism dapat menjadi instrumen penting untuk menyuarakan potensi lokal. Pendekatan ini sejalan dengan hasil penelitian Nugroho yang menegaskan bahwa jurnalisme warga berperan sebagai ruang partisipatif untuk masyarakat dalam mengartikulasikan isu-isu lokal (Sari & Veri, 2025a).

Untuk memperkuat pemahaman, pelatihan juga menayangkan contoh praktik jurnalisme warga dari berbagai daerah, seperti dokumentasi kegiatan wisata desa atau promosi produk lokal yang berhasil dipublikasikan di media sosial maupun portal berita komunitas. Tayangan ini mendorong peserta untuk mengaitkan teori dengan praktik nyata. Menurut Bowman & Willis, citizen journalism memberi peluang bagi masyarakat untuk mengambil peran dalam produksi informasi yang relevan dan bermanfaat bagi komunitas (Wahyudi & Hastjarjo, 2018).

Setelah beberapa kali sesi penyuluhan, terjadi peningkatan kesadaran masyarakat bahwa kegiatan sehari-hari, produk IKM, maupun potensi wisata di Nagari Tigo Jangko memiliki nilai berita. Peserta mulai berani mengidentifikasi peristiwa di sekitar mereka sebagai bahan liputan. Sebagai contoh, kegiatan panen raya atau pembuatan kerajinan tangan lokal dipandang tidak lagi sebagai rutinitas biasa, tetapi dapat

dikemas menjadi konten jurnalistik yang menarik. Hal ini menguatkan pandangan Gillmor bahwa kekuatan jurnalisme warga terletak pada kemampuannya menangkap pengalaman autentik dari masyarakat (Nugroho, 2011).

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga menumbuhkan rasa percaya diri peserta dalam menulis narasi sederhana. Peserta didorong untuk menuliskan berita singkat tentang kegiatan di desa, kemudian membagikannya melalui grup media sosial lokal. Hasil latihan menunjukkan bahwa masyarakat mulai mampu menyusun struktur berita sederhana, meskipun masih perlu perbaikan dalam aspek gaya bahasa dan kedalaman informasi. Triyono menekankan bahwa meskipun konten citizen journalism seringkali sederhana, nilai keaslian dan kedekatan dengan realitas lokal membuatnya memiliki daya tarik yang kuat (Bowman & Willis, 2003).

Manfaat lain yang dirasakan adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap peran strategis mereka dalam memperkenalkan daerahnya. Peserta menyadari bahwa dengan membuat konten sederhana, mereka turut serta membangun citra positif Nagari Tigo Jangko. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari & Yuliani yang menunjukkan bahwa partisipasi warga dalam jurnalisme komunitas mampu meningkatkan promosi pariwisata berbasis kearifan lokal (Gillmor, 2004). Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya kontribusi warga dalam pembangunan daerah.

Secara keseluruhan, capaian utama dari sub-point ini adalah meningkatnya pengetahuan dasar masyarakat tentang konsep citizen journalism beserta etika dan praktiknya. Peserta mulai memahami bahwa mereka bukan sekadar konsumen informasi, tetapi juga dapat berperan sebagai produsen konten yang memberikan nilai tambah bagi komunitasnya. Hal ini mendukung pandangan Hermida bahwa jurnalisme warga merupakan bagian dari ekosistem informasi baru yang memberi ruang lebih besar bagi masyarakat dalam proses produksi dan distribusi berita.

2. Peningkatan Keterampilan Mitra dalam Produksi Konten Digital untuk Promosi Pariwisata dan IKM

Sebelum adanya program PKM ini, mayoritas masyarakat di Nagari Tigo Jangko hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi pribadi tanpa menyadari potensi besar platform digital sebagai media promosi. Konten yang mereka unggah umumnya berupa foto kegiatan harian tanpa narasi yang terarah. Hal ini serupa dengan temuan Gillmor (2004) yang menyebutkan bahwa pelaku IKM di Bintan belum mampu memanfaatkan konten digital secara maksimal untuk tujuan pemasaran, sehingga berdampak pada rendahnya jangkauan promosi.

Melalui pelatihan, peserta diperkenalkan pada keterampilan teknis produksi konten digital yang sederhana namun efektif. Materi yang diajarkan mencakup teknik fotografi dengan smartphone, pengambilan video singkat, hingga penggunaan aplikasi editing dasar yang mudah diakses. Pelatihan ini tidak hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga memberikan pemahaman tentang komposisi visual, pencahayaan, dan sudut pengambilan gambar agar konten yang dihasilkan lebih menarik. Saputra et al.,

(2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa masyarakat lokal mampu menghasilkan konten berkualitas untuk promosi pariwisata meski hanya menggunakan peralatan sederhana jika diberikan pelatihan yang tepat.

Selain keterampilan teknis, peserta juga dibekali kemampuan storytelling digital. Mereka diajarkan bagaimana menyusun narasi singkat yang mampu menonjolkan nilai unik pariwisata dan IKM setempat, seperti keindahan alam Nagari Tigo Jangko, kerajinan tenun, atau kuliner khas. Keterampilan ini penting karena konten digital tidak hanya membutuhkan visual yang baik, tetapi juga pesan yang dapat menyentuh emosi audiens. Maulana et al., (2021) menekankan bahwa keberhasilan promosi desa wisata sangat bergantung pada narasi yang autentik dan mampu menghadirkan kedekatan emosional dengan audiens.

Hasil dari kegiatan ini terlihat signifikan. Peserta yang semula hanya mampu menghasilkan unggahan sederhana kini mampu membuat postingan terstruktur yang menggabungkan teks, gambar, dan video. Beberapa peserta mulai memanfaatkan fitur Instagram Reels dan TikTok untuk memperluas jangkauan promosi mereka. Respon positif juga mulai muncul dari audiens luar daerah yang tertarik pada konten-konten tersebut. Hal ini sejalan dengan kajian Utami (2022), yang menyatakan bahwa media sosial menyediakan ekosistem baru bagi masyarakat untuk menyebarkan informasi dengan jangkauan lebih luas dibandingkan media konvensional.

Selain peningkatan kualitas konten, pelatihan ini juga mengajarkan peserta tentang etika dalam produksi digital. Mereka dipandu untuk menghargai hak cipta, menjaga privasi subjek, dan menghindari manipulasi informasi. Pendekatan ini diperlukan agar konten yang dipublikasikan tidak menimbulkan dampak negatif. Maulana et al., (2021) menegaskan bahwa etika dalam jurnalisme warga sangat penting agar media yang dihasilkan tetap kredibel dan mendukung citra positif daerah.

Tantangan yang dihadapi dalam proses pelatihan adalah perbedaan kemampuan antar generasi. Peserta yang lebih muda lebih cepat menguasai teknik editing dan distribusi konten, sementara peserta yang lebih tua membutuhkan waktu lebih lama. Untuk mengatasi hal ini, tim PKM menerapkan metode peer learning, di mana peserta yang lebih mahir membantu mereka yang masih kesulitan. Strategi ini tidak hanya mempercepat pemerataan keterampilan, tetapi juga membangun rasa kebersamaan dalam komunitas. Model pembelajaran kolaboratif ini sejalan dengan pendekatan community-based learning yang direkomendasikan dalam program pemberdayaan.

Secara umum, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memproduksi konten digital untuk promosi pariwisata dan IKM. Warga kini tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten yang berdaya guna. Dengan bekal keterampilan tersebut, diharapkan promosi potensi lokal dapat semakin meluas dan memberikan dampak nyata pada peningkatan ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan visi jurnalisme warga yang dikemukakan Gillmor (2004), yaitu menciptakan narasi otentik yang lahir dari masyarakat sendiri untuk memperkuat identitas lokal.

3. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Memperluas Jangkauan Promosi Ekonomi Lokal

Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi utama dalam memperluas promosi ekonomi lokal, khususnya di sektor pariwisata dan industri kecil dan menengah (IKM). Sebelum adanya program ini, promosi masih terbatas pada media konvensional seperti brosur atau pamflet yang hanya beredar di lingkup lokal. Dengan kehadiran platform digital, promosi dapat menembus batas geografis dan menjangkau audiens yang lebih luas. Anistia et al., (2025) menemukan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan eksposur produk IKM hingga 70% dibandingkan metode promosi tradisional

Implementasi teknologi digital dalam program PKM ini difokuskan pada penggunaan media sosial, website, dan platform marketplace yang relevan. Masyarakat dilatih untuk mengelola akun bisnis di Instagram, Facebook, hingga WhatsApp Business dengan strategi pemasaran yang tepat. Beberapa kelompok juga dibimbing dalam membuat situs web sederhana untuk menampilkan informasi pariwisata dan katalog produk IKM. Utami (2022) menunjukkan bahwa keberadaan website desa wisata meningkatkan kepercayaan wisatawan karena informasi yang tersaji lebih lengkap dan terstruktur.

Selain itu, pelatihan menekankan pemanfaatan marketplace digital seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak sebagai sarana distribusi produk. Dengan adanya platform tersebut, produk IKM Nagari Tigo Jangko tidak hanya dikenal di Sumatera Barat, tetapi berpotensi menjangkau pasar nasional. Saputra et al., (2023) melaporkan bahwa pelaku UMKM yang aktif menggunakan marketplace dapat meningkatkan omzet rata-rata 30–40% per tahun karena jangkauan pasar yang lebih luas.

Teknologi digital juga memungkinkan penerapan strategi pemasaran berbasis data. Peserta diajarkan menggunakan fitur insight pada Instagram dan Facebook untuk menganalisis perilaku audiens, sehingga konten promosi dapat disesuaikan dengan minat pasar. Sari & Ver, (2025b) menekankan pentingnya data-driven marketing untuk meningkatkan efektivitas strategi digital.

Dari sisi pariwisata, pemanfaatan teknologi digital berkontribusi pada peningkatan citra destinasi lokal. Unggahan konten visual yang menarik membuat wisatawan mulai mengenal potensi Nagari Tigo Jangko yang sebelumnya kurang terekspos. (23) menjelaskan bahwa teknologi digital dan media sosial berperan penting dalam membentuk destination image yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Tantangan yang muncul adalah keterbatasan infrastruktur internet di beberapa titik dan rendahnya literasi digital sebagian masyarakat. Untuk mengatasinya, tim PKM bekerja sama dengan perangkat nagari menyediakan akses internet lebih stabil serta melakukan pendampingan berkelanjutan. Wahyudi & Hastjarjo (2018) menegaskan bahwa literasi digital masyarakat desa merupakan faktor kunci keberhasilan transformasi digital di bidang ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, pemanfaatan teknologi digital memberikan dampak signifikan dalam memperluas jangkauan promosi ekonomi lokal di Nagari Tigo Jangko. Produk IKM dan destinasi wisata kini lebih dikenal luas melalui media sosial, marketplace, maupun website desa. Dengan strategi digital

yang tepat, masyarakat tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga memperkuat identitas lokal dalam persaingan global. Nugroho (2011) menegaskan bahwa transformasi digital menjadi kunci keberlanjutan ekonomi masyarakat di era jaringan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan PKM dengan tema *"Pelatihan Citizen Journalism untuk Mengembangkan Pariwisata dan Industri Kecil Menengah (IKM) sebagai Inovasi Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Nagari Tigo Jangko Kabupaten Tanah Datar"* telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar *citizen journalism* dan bagaimana penerapannya dalam promosi pariwisata maupun produk IKM. Melalui serangkaian penyuluhan dan diskusi, peserta mulai memahami pentingnya jurnalisme warga sebagai media informasi alternatif yang mampu memperkenalkan potensi daerah kepada khalayak luas.

Selain dari sisi pemahaman, keterampilan teknis masyarakat dalam membuat konten digital juga mengalami peningkatan yang signifikan. Peserta yang semula hanya menggunakan media sosial untuk kepentingan pribadi, kini mampu memproduksi konten berupa foto, video, dan tulisan sederhana yang bernilai promosi. Keterampilan ini memperlihatkan adanya perubahan pola pikir, dari sekadar pengguna media sosial pasif menjadi produsen informasi aktif yang dapat mendukung perkembangan pariwisata dan IKM lokal.

Lebih jauh lagi, pemanfaatan teknologi digital terbukti memberikan peluang besar untuk memperluas jaringan promosi. Dengan pendampingan intensif, peserta mulai memahami strategi dalam mengelola akun media sosial, menggunakan *hashtag* yang relevan, serta membangun interaksi dengan audiens secara lebih profesional. Terbentuknya komunitas kecil jurnalisme warga di Nagari Tigo Jangko menjadi salah satu indikator keberhasilan program, karena masyarakat mampu berkolaborasi dalam memproduksi dan menyebarkan konten secara konsisten.

Dengan capaian tersebut, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata dan IKM berbasis *citizen journalism* dapat menjadi strategi inovatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri masyarakat diharapkan berkontribusi pada meningkatnya kunjungan wisatawan dan meluasnya pasar produk lokal. Keberhasilan ini tidak hanya bermanfaat pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

Untuk menjaga keberlanjutan manfaat dari program PKM ini, diperlukan penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan lanjutan yang lebih mendalam. Materi yang dapat ditambahkan mencakup strategi branding digital, pengelolaan konten lintas platform seperti YouTube dan TikTok, serta pemanfaatan *marketplace* untuk memperluas jaringan pemasaran produk IKM. Pemerintah daerah bersama pihak terkait juga perlu menyediakan dukungan berupa fasilitas internet yang memadai, pendampingan

teknis berkelanjutan, dan wadah kolaborasi antar pelaku pariwisata dan IKM. Dengan demikian, keterampilan yang diperoleh masyarakat tidak hanya berhenti pada tahap awal, tetapi dapat terus berkembang sesuai kebutuhan zaman dan tren teknologi.

Selain itu, komunitas jurnalisme warga yang sudah terbentuk perlu difasilitasi agar lebih terorganisir dan konsisten dalam memproduksi konten. Dukungan berupa jejaring dengan komunitas serupa di daerah lain, kemitraan dengan media lokal, maupun keterlibatan lembaga pendidikan dapat memperkuat kualitas konten promosi yang dihasilkan. Sinergi yang terbangun antara masyarakat, pelaku IKM, pemerintah, dan komunitas digital diharapkan mampu menjadikan Nagari Tigo Jangko sebagai salah satu contoh keberhasilan dalam memanfaatkan *citizen journalism* untuk mengembangkan pariwisata dan IKM, sekaligus memberikan dampak nyata pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Anistia, S., Utami, R. A., & Hasvi, I. (2025). Peran dan Strategi Digitalisasi UMKM dalam Mendukung Ekonomi Sirkular. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, *6*(1), 36–44. https://doi.org/10.47065/jbe.v6i1.6604

Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at the American Press Institute. https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

Cholifah, N., Wardani, K., Amnesti, S., & dkk. (2024). Pelatihan Citizen Journalism sebagai Upaya Penguatan Literasi dan Moderasi Beragama. *Jurnal Dakwah Dan Harakah (JDH)*, *8*(2), 111–122. https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jdh/article/download/35001/15816

Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots journalism by the people, for the people*. O'Reilly Media.

Kahpi, M. L. (2023). Peran Citizen Journalism Sebagai Media Informasi Bagi Akun Instagram @visitsidimpuan. *Hikmah*, *17*(1), 137–150. https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Hik/article/viewFile/8068/4740

Maulana, A., Sari, N. P., & Ana, S. (2021). Meningkatkan potensi wisata edukasi Kampung Nanas Desa Palaan melalui event marketing dan digital marketing. *I-Com: Indonesian Community Journal*, *2*(2), 436–444.

Nugroho, Y. (2011). *Citizens in @ction: Collaboration, participatory democracy and freedom of information. Mapping contemporary civic activism and the use of new social media in Indonesia*. University of Manchester. https://hummedia.manchester.ac.uk/institutes/cmist/archive-publications/reports/2011-02-nugroho-citizensinaction.pdf

Saputra, A., Suryani, I., & Sari, D. (2023). Pengembangan strategi pemasaran digital pada UMKM Bintan Snack Millennium. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *2*(1), 1–10.

Sari, R. P., & Veri, J. (2025a). Digitalisasi UMKM: Tinjauan Pustaka Sistematis. *ECo-Buss*, *8*(1), 842–864. https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2954

Sari, R. P., & Veri, J. (2025b). Pengaruh Digitalisasi Terhadap Ekonomi Sirkular: Systematic Literature Review. *ECo-Buss*, *8*(1), 842–864. https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2954

Satrio, B. (2024). Peran Citizen Journalism dalam Memberikan Informasi pada Akun Instagram @pulau.enggano. *Syntax Literate*, *9*(5). https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/14204

Utami, A. (2022). Pelatihan pembuatan konten digital untuk promosi pariwisata di Desa Wisata Adiluhur. *Jurnal Abdimas Inspiratif*, *1*(4), 157–165. http://jurnal.jurmat.com

Wahyudi, S., & Hastjarjo, S. (2018). Media literacy in Indonesia: a critical review. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *15*(2), 107–119. https://jurnal.ugm.ac.id/jik/article/view/44362

Wilujeng, I., Wahyudi, H. D., Zutiasari, I., Wiyana Putri, F. S., & Septi Rahayu, A. P. (2025). Digitalisasi UMKM Produk Kerajinan Berbasis Ekonomi Sirkular Melalui Website BiruMarket: Studi Kasus UD Semar Biru. *JUDISTIRA*, *5*(2). https://doi.org/10.58794/jdt.v5i2.1501