

Promosi Potensi Lokal melalui Media Digital: Analisis Efektivitas Pengenalan Batik dan Camping Ground di Nagari Kumanis

Promoting Local Potential through Digital Media: An Analysis of the Effectiveness of Batik and Camping Ground Introduction in Nagari Kumanis

Khoirani Hidayah¹, Roni Jarlis², Widyo Wiryawan³, Aulia Rahmi⁴, Novia Putri⁵, Adilla Ulfah Santika⁶, Haifa Sakinah⁷, Nabila Heldina⁸, Yola Iqlima Zukhrufi⁹, Mutia Alfajri¹⁰, Rama Hedayat¹¹

¹ Departemen Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang

² Departement Agroindustri, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Padang

³ Departemen Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Padang

⁴ Departement Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

⁵ Departemen Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

⁶ Departemen Pendidikan Sendratasik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

⁷ Departemen Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang

⁸ Departemen Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang

⁹ Departemen Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Padang

¹⁰ Departemen Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

¹¹ Departemen Pendidikan Musik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Email Korespondensi: khoiranihidayah834@gmail.com, ronijarlis@fmipa.unp.ac.id,

Abstrak

Promosi digital menjadi salah satu cara yang banyak digunakan untuk memperkenalkan potensi daerah karena lebih cepat dan mudah menjangkau masyarakat luas. Nagari Kumanis memiliki potensi berupa batik khas dan kawasan wisata camping ground, namun keduanya belum terkenal karena promosi yang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana promosi digital dapat meningkatkan perhatian masyarakat terhadap potensi lokal tersebut. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, pembuatan konten promosi, serta pemantauan respons audiens melalui jumlah tayangan, suka, komentar, dan penyebaran ulang di TikTok dan Instagram. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan interaksi dan jangkauan konten setelah dilakukan promosi. Hal ini menandakan bahwa promosi digital dapat membantu memperluas eksposur batik dan wisata camping ground di Nagari Kumanis.

Kata Kunci : *promosi digital, potensi lokal, batik Kumanis, media sosial, ekonomi kreatif*

Abstrak

Digital promotion is a widely used method to promote regional potential because it reaches a wider audience more quickly and easily. Nagari Kumanis boasts unique batik and a camping ground tourism potential, but both remain under-recognized due to limited promotion. This study aims to examine how digital promotion can increase public awareness of this local potential. The methods used included field observation, promotional content creation, and monitoring audience response through views, likes, comments, and reshares on TikTok and Instagram. The results showed an increase in content interaction and reach after the promotion. This indicates that digital promotion can help expand exposure to batik and camping ground tourism in Nagari Kumanis.

Keywords: *digital promotion, local potential, Kumanis batik, social media, creative economy*

1. Pendahuluan

Nagari Kumanis merupakan salah satu nagari di Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung, Provinsi Sumatera Barat, yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang potensial untuk dikembangkan menjadi daya tarik ekonomi lokal. Dua potensi utama yang menonjol dari nagari ini adalah kerajinan batik khas Kumanis dan kawasan wisata alam camping ground. Kedua sektor ini memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi menjadi sumber pendapatan masyarakat apabila dikelola dengan baik serta dipromosikan secara efektif. Namun, potensi besar tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Berdasarkan hasil observasi awal, kegiatan promosi yang dilakukan masyarakat masih bersifat tradisional, seperti dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di sekitar daerah. Kurangnya akses terhadap teknologi digital serta minimnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial menyebabkan promosi produk dan wisata belum menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, pada era transformasi digital saat ini, strategi pemasaran berbasis media sosial terbukti lebih efisien dan mampu memperluas jaringan konsumen [1].

Menurut Haryanto [2], penerapan digital marketing menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM dan memperluas pasar secara cepat. Melalui media digital, informasi mengenai produk atau destinasi wisata dapat disebarluaskan dengan biaya rendah, jangkauan luas, dan interaksi langsung dengan konsumen. Selain itu, Rahmawati dan Lestari [3] juga menjelaskan bahwa promosi berbasis media sosial dapat memperkuat citra produk lokal dan meningkatkan minat beli masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan promosi merupakan langkah penting dalam menghadapi persaingan ekonomi modern. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Negeri Padang di Nagari Kumanis merupakan wujud nyata penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi oleh mahasiswa dalam membantu masyarakat mengembangkan potensi lokal. Melalui pendekatan partisipatif, program ini difokuskan pada kegiatan promosi digital batik khas Kumanis dan wisata alam camping ground dengan memanfaatkan platform seperti TikTok dan Instagram. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkenalkan potensi nagari kepada khalayak luas serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya digitalisasi dalam promosi ekonomi lokal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan KKN Universitas Negeri Padang di Nagari Kumanis memiliki tujuan untuk memperkenalkan potensi lokal berupa batik khas dan wisata alam camping ground melalui promosi digital berbasis media sosial. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi dalam pengembangan

ekonomi lokal. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan eksistensi potensi daerah sekaligus memperkuat ekonomi kreatif masyarakat berbasis teknologi informasi

2. Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Nagari Kumanis, Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung, Provinsi Sumatera Barat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) periode Juni–Juli 2025 di bawah bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini bertujuan agar hasil kegiatan dapat berkelanjutan dan benar-benar memberikan manfaat bagi masyarakat [4].

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

2.1 Observasi dan Identifikasi Potensi Lokal

Kegiatan dimulai dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi potensi unggulan Nagari Kumanis yang dapat dikembangkan melalui promosi digital. Dari hasil observasi ditemukan dua potensi utama, yaitu kerajinan batik khas Kumanis dan kawasan wisata *camping ground*.

2.2 Perencanaan dan Penyusunan Program

Berdasarkan hasil observasi, tim KKN menyusun rencana kegiatan yang difokuskan pada promosi potensi lokal. Perencanaan mencakup pembuatan konten promosi digital, pelatihan pembuatan konten bagi masyarakat, serta strategi publikasi melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram.

2.3 Pelaksanaan Kegiatan Promosi Digital

Tahap pelaksanaan meliputi pembuatan video promosi batik dan wisata alam Nagari Kumanis. Konten video dibuat dengan menampilkan proses pembuatan batik, keindahan alam, serta nilai-nilai budaya lokal. Setelah itu, video diunggah di media sosial untuk memperkenalkan potensi nagari kepada khalayak luas.

2.4 Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing

Tim KKN memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM dan pemuda nagari mengenai cara membuat konten promosi sederhana, mengelola akun media sosial, dan memahami dasar-dasar digital marketing. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri [5].

2.5 Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi dilakukan dengan cara mengamati tingkat keterlibatan masyarakat selama kegiatan berlangsung serta melihat dampak awal dari promosi digital terhadap minat

publik. Selain itu, dilakukan pendampingan singkat untuk memastikan keberlanjutan kegiatan setelah program KKN berakhir.

Metode partisipatif ini memungkinkan masyarakat memperoleh keterampilan baru, memperluas wawasan tentang pemasaran digital, dan membangun rasa kepemilikan terhadap potensi lokal mereka sendiri. Dengan demikian, kegiatan KKN ini tidak hanya menghasilkan konten promosi, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengembangkan ekonomi berbasis kreativitas dan teknologi informasi.



Gambar 1. Dokumentasi Proses Promosi Camping Ground di Nagari Kumanis.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan promosi potensi lokal di Nagari Kumanis menghasilkan dampak positif yang nyata bagi masyarakat, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan mengenai promosi digital dan peningkatan visibilitas potensi daerah di media sosial. Program ini difokuskan pada dua potensi utama nagari, yaitu batik khas Kumanis dan wisata alam camping ground, yang sebelumnya belum banyak dikenal di luar daerah.

Melalui pembuatan dan publikasi video promosi di platform seperti TikTok dan Instagram, informasi tentang batik dan wisata alam Kumanis mulai mendapatkan perhatian publik. Berdasarkan hasil observasi, video promosi memperoleh interaksi yang cukup tinggi, ditandai dengan peningkatan jumlah penonton, komentar positif, dan penyebaran ulang oleh pengguna lain. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi digital mampu memperluas jangkauan promosi secara signifikan dengan biaya yang relatif rendah [6]. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Handayani [7], yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi mampu meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat identitas daerah.

Selain peningkatan eksposur, kegiatan ini juga memberikan dampak edukatif dan sosial. Melalui pelatihan digital marketing, masyarakat memperoleh pengetahuan dasar tentang cara membuat konten sederhana, mengelola akun media sosial, serta memahami strategi promosi berbasis teknologi. Kegiatan ini membantu pelaku UMKM dan pemuda nagari mengatasi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini sejalan dengan pandangan Rahmawati dan Lestari [8] bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perubahan perilaku konsumen di era teknologi.

Dari sisi sosial, kegiatan ini memperkuat kolaborasi lintas generasi dan sektor. Pemuda nagari, pelaku usaha batik, serta pemerintah setempat ikut berpartisipasi aktif dalam setiap tahap kegiatan. Kolaborasi ini memperkuat semangat gotong royong dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap potensi daerah. Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam program ini mendukung teori pemberdayaan masyarakat, yang menekankan pentingnya keterlibatan warga sebagai subjek pembangunan [9].

3.1 Dampak Kegiatan Ekonomi

Kegiatan promosi digital juga berdampak pada peningkatan kesadaran masyarakat terhadap potensi ekonomi berbasis kreativitas. Beberapa pelaku usaha batik melaporkan peningkatan permintaan setelah video promosi disebarluaskan melalui media sosial. Meski peningkatan tersebut masih bersifat awal, namun hal ini menunjukkan adanya peluang pasar baru yang sebelumnya belum tersentuh. Promosi digital memberikan manfaat ekonomi melalui peningkatan eksposur dan perluasan jaringan pemasaran produk lokal.

Menurut Suryana [10], pengembangan ekonomi lokal berbasis kreativitas masyarakat dapat menciptakan nilai tambah dan memperkuat ketahanan ekonomi daerah. Sementara itu, konsep ekonomi kreatif menekankan pentingnya inovasi dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan daya saing produk [11]. Dengan demikian, kegiatan promosi digital di Nagari Kumanis dapat dikategorikan sebagai bentuk penerapan ekonomi kreatif berbasis komunitas, di mana masyarakat menjadi pelaku utama dalam memajukan potensi daerah melalui inovasi sederhana. Dari sisi keberlanjutan, kegiatan ini juga membuka peluang pengembangan *desa wisata digital*. Jika masyarakat dapat mempertahankan aktivitas promosi secara mandiri, maka potensi Kumanis tidak hanya dikenal secara lokal tetapi juga dapat bersaing di tingkat nasional. Hasil ini sejalan dengan pandangan Haryanto [12], yang menyatakan bahwa promosi digital mampu menciptakan *branding* daerah yang berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan dan pembelian produk lokal.

Selain dampak sosial dan ekonomi, kegiatan ini juga memperkuat peran perguruan tinggi sebagai fasilitator pembangunan masyarakat. Mahasiswa berperan aktif dalam mengenalkan inovasi teknologi kepada masyarakat serta membantu menciptakan lingkungan kolaboratif antara akademisi dan warga nagari. Dengan demikian, kegiatan KKN ini tidak hanya menghasilkan produk promosi digital, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif tentang pentingnya kreativitas dan kolaborasi dalam membangun kemandirian ekonomi daerah.

Secara keseluruhan, kegiatan promosi potensi lokal Nagari Kumanis melalui media digital terbukti memberikan dampak positif pada peningkatan eksposur, kemampuan masyarakat, serta peluang ekonomi. Penerapan teknologi digital dalam konteks pengembangan potensi daerah mampu memperkuat konsep pembangunan berbasis masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat nagari.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Promosi Batik Kumanis oleh Tim KKN.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui program KKN di Nagari Kumanis telah berhasil memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dalam mengenalkan potensi lokal melalui media digital. Melalui promosi berbasis media sosial, batik khas Kumanis dan wisata

alam *camping ground* mulai dikenal oleh khalayak luas. Program ini juga meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola teknologi digital, khususnya dalam pembuatan dan publikasi konten promosi. Pendekatan partisipatif yang diterapkan mendorong keterlibatan aktif masyarakat, sehingga kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk promosi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kreativitas dan kerja sama dalam mengembangkan potensi daerah. Dampak ekonomi juga mulai terlihat dari meningkatnya minat terhadap produk batik dan potensi wisata lokal. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mendukung upaya pembangunan ekonomi kreatif berbasis masyarakat di Nagari Kumanis.

Untuk keberlanjutan kegiatan, disarankan agar pemerintah nagari bersama masyarakat membentuk kelompok penggerak promosi digital yang dapat melanjutkan kegiatan pemasaran produk dan wisata secara mandiri. Perguruan tinggi juga diharapkan terus berperan dalam memberikan pendampingan lanjutan, khususnya dalam bidang pelatihan digital marketing dan inovasi produk lokal.

Daftar Pustaka

- [1] N. Haryanto, *Digital Marketing untuk UMKM: Strategi dan Implementasi*, Jakarta: Media Pressindo, 2022.
- [2] S. Rahmawati and D. Lestari, “Penerapan Digital Marketing terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Teknologi,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 5, no. 2, pp. 45–52, 2023.
- [3] A. Handayani, “Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Daerah,” *Jurnal Pariwisata Nusantara*, vol. 4, no. 1, pp. 33–40, 2022.
- [4] B. Suryana, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2030*, Bandung: Alfabeta, 2021.
- [5] E. Haryanto, “Pengaruh Promosi Digital terhadap Citra Daerah dan Minat Kunjungan Wisatawan,” *Jurnal Pemasaran Indonesia*, vol. 6, no. 3, pp. 75–82, 2022.
- [6] D. Rahmawati and S. Lestari, “Pelatihan Digital Marketing sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Era Digital,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 4, pp. 120–128, 2023.
- [7] M. Suryani, “Peran Media Sosial dalam Mengembangkan Usaha Mikro di Pedesaan,” *Jurnal Sosial Humaniora*, vol. 5, no. 2, pp. 50–58, 2022.
- [8] A. Setyowati, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Kreativitas Masyarakat,” *Jurnal Ekonomi Rakyat*, vol. 2, no. 1, pp. 10–18, 2021.
- [9] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Nasional 2023*, Jakarta: Kemenparekraf, 2023.
- [10] R. Fadillah and A. Dewi, “Inovasi dan Kreativitas dalam Peningkatan Daya Saing Produk Lokal,” *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*, vol. 4, no. 2, pp. 80–87, 2022.
- [11] L. Handoko, “Analisis Dampak Digitalisasi terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal,” *Jurnal Pembangunan Daerah*, vol. 7, no. 1, pp. 20–28, 2024.
- [12] S. Pratama, *Manajemen Promosi dan Branding Daerah di Era Digital*, Yogyakarta: Deepublish, 2023.