

**PEMBERDAYAAN GUIDE DIGITAL WISATA ALAM TERHADAP KELOMPOK MASYARAKAT DAERAH WISATA AIR TERJUN LUBUK NYARAI LUBUK ALUNG KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

**Diana Kartika<sup>1)</sup>, Oslan Amril<sup>2)</sup>, Tienn Immerry<sup>3)</sup>**  
**Prodi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Bung Hatta**

Email: [dianakartika@bunghatta.ac.id](mailto:dianakartika@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Pada era modern saat ini, semua jenis informasi dapat diraih melalui internet, bahkan pengguna juga bisa membagikan informasi yang mampu di akses oleh orang di seluruh dunia. Tapi pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang minim rasa tahu untuk hal-hal baru, terutama esuatu yang berkaitan dengan hal di luar kebiasaan mereka. Seperti kurangnya informasi mengenai penggunaan media social sebagai alat untuk promosi. Kemudian terkait munculnya covid-19, menjadikan area wisata sepi sehingga mempengaruhi perekonomian setempat. Melalui budaya dan pariwisata suatu daerah tertentu, kami mencoba mengenalkan beberapa hal dasar mengenai menariknya belajar bahasa Jepang dan menjelaskan manfaat dari media sosial. Serta akan melakukannya penerapan area wisata berbasis CSHE. Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan cara melakukan penyuluhan serta pemasangan petunjuk arah spanduk, dan brosur dalam bahasa Jepang dan Indonesia. Dan menyediakan kebutuhan protocol kesehatan dan kebersihan berkelanjutan. Hal lain yang menjadi target dari kegiatan ini adalah dengan sedikit penambahan hiasan mengandung ke Jepang kami berharap dapat menarik daya tarik masyarakat luar untuk mengunjungi wisata daerah target sasaran, sehingga secara tak langsung lebih mampu meningkatkan ekonomi daerah setempat.

**Kata Kunci:** *Air Terjun Nyarai, Guide Digital, wisata, covid-19, budaya, media.*

**Abstract**

*In today's modern era, all types of information can be obtained through the internet, even users can share information that can be accessed by people around the world. But in reality there are still many people who lack knowledge for new things, especially something related to things outside of their habits. In relation to the emergence of Covid-19, visitors going to the touristic sights has decreased which affect the local economy as well. Social media can be a very powerful tool for promotion, especially in times like these. Through the culture and tourism of a particular area, we try to introduce some basics about the attractiveness of learning Japanese and explain the benefits of social media. We will also implement a CSHE-based tourist area. This activity will be carried out by counselling and installing directions, providing banners and brochures in Japanese and Indonesian on site. We will also provide the need for sustainable health and hygiene protocols to avoid the spread of Covid-19. Another objective of this activity is by adding a bit of Japanese decoration to attract more visitors to come and therefore will hopefully improve the local economy in the future.*

**Keywords:** *Nyarai Waterfall, Digital Guide, tourism, covid-19, culture, media*

**PENDAHULUAN**

*Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman adalah pesona alam yang indah yang dimiliki oleh daerah tersebut. Air terjun Nyarai ini berada di dusun Gamaran, kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat. Berjarak sekitar 20 km dari kota Padang dan waktu yang harus ditempuh adalah 1 jam perjalanan. Dari mulai keberangkatan pengunjung akan melewati jalur yang berada di

dalam hutan sejauh 3 kilometer. Lama perjalanan kira-kira sekitar 2-3 jam. Karena objek wisata ini dibuka selama 24 jam, maka pengunjung juga dapat menginap di sekitar air terjun. Mitra yang akan menjadi bagian kerjasama dari kegiatan ini adalah masyarakat dan pemuda daerah sasaran, serta pelaku tindak ekonomi setempat seperti pedagang. Pada saat ini pemuda daerah setempat hanya hidup dengan fasilitas yang sudah ada saja, kurangnya pengetahuan dan keinginan untuk mengembangkan diri dan tempat wisata yang ada, kurangnya minat untuk mempelajari hal-hal yang di luar kebiasaan mereka juga masih ada pada diri mereka. Tidak bedanya dengan para pedagang setempat, tidak adanya strategi khusus untuk berusaha meningkatkan kondisi di daerah wisata yang mampu mempengaruhi perekonomian mereka.

Di lain hal juga kurangnya pengawasan terhadap kebersihan area wisata, dan juga dengan munculnya covid-19 mengharuskan masyarakat setempat dan wisatawan harus memastikan protocol kesehatan dari covid-19 dan kebersihan lingkungan tetap terjaga. Namun, pada kenyataannya hal tersebut tidak dapat berjalan dengan baik, bahkan cenderung terabaikan. Digital Guide untuk promosi target luaran dari solusi ini mampu mempromosikan keunikan wisata *Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman setempat melalui akun media sosial seperti Youtube dan Instagram, sehingga juga bisa menarik wisatawan dari berbagai daerah. Dengan solusi ini juga diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Serta penjagaan area wisata agar bisa menjadi wisata bersih dan sehat yang terpadu. Berdasarkan situasi di lapangan maka permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra yaitu sebagai berikut:

- 1) Berkurangnya pengunjung yang datang ke wisata *Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman karena covid-19, membuat perekonomian juga sulit
- 2) Tidak adanya motivasi yang mampu mendorong bagi penduduk setempat untuk melakukan perubahan di era digital dan pandemi covid-19 terhadap tempat wisata *Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman
- 3) Kurangnya informasi kepada masyarakat luas terutama di Provinsi Sumatera Barat maupun masyarakat diluar Provinsi Sumatera Barat tentang keberadaan tempat wisata *Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman.
- 4) Kurangnya tempat sampah dan penjagaan kebersihan di area wisata *Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman.
- 5) Kurang pedulinya para wisata *Air terjun Lubuk Nyarai* yang ada di daerah Padang Pariaman yang berkunjung terhadap protocol kesehatan covid-19.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **1. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini tim akan melakukan survey pada tempat dan masyarakat yang menjadi sasaran dari kegiatan ini. pada tahap ini juga memungkinkan akan melakukan rapat lanjutan dengan mitra yang menjadi target sasaran. Selanjutnya pada tahap persiapan ini setelah survey dilakukan tim akan mempersiapkan semua sarana dan prasarana yang dibutuhkan demi kelancaran kegiatan.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini, tim akan bekerjasama dengan mitra untuk melaksanakan inti dari kegiatan. Semua kegiatan dilakukan di posko wisata dan area wisata:

- 1) Tim akan melakukan penyuluhan terlebih dahulu mengenai promosi di era digital
- 2) Tim akan melakukan pelatihan guide berbahasa Jepang yang standard dan sederhana
- 3) Tim dan mitra (pemuda) akan bersama-sama memasang papan petunjuk berbahasa Jepang dan Indonesia sebagai daya tarik baru di daerah wisatawan setempat.
- 4) Tim bersama mitra akan melakukan promosi bersama baik dari segi budaya, wisata, serta kuliner yang terdapat di daerah sasaran

- 5) Tim bersama mitra akan menjadikan area wisata sebagai tempat yang bersih, sehat, aman serta menjaga protocol kesehatan covid-19

### 3. Tahap Evaluasi

Ini merupakan tahap akhir dimana tim akan melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang sudah dilaksanakan. Evaluasi bisa berupa pengawasan berkelanjutan secara langsung maupun online. Pada tahap ini diharapkan bias semakin memperjelas tujuan dari kegiatan ini dan tambahan jika dilakukannya pengabdian keningkat yang lebih lanjut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyambutan oleh Pengurus Wisata Air Terjun Nyarai



Setibanya di posko, semua panitia PKM disambut oleh pengurus yang sudah menunggu kedatangan panitia PKM. Para panitia mendapat pengarahan mengenai apa saja yang harus dilakukan dan aturan-aturan, serta informasi-informasi mengenai Wisata Air Terjun Nyarai. Adapun hal yang didapatkan, sebagaiberikut:

1. Toilet yang tidak bersih dan tidak ada air.
2. Kondisi bangunan posko yang tidak memadai dan perlu adanya renovasi.
3. Para pemandu Wisata Air Terjun Nyarai yang sudah tersertifikasi tapi perlu adanya peningkatan pengetahuan.
4. Sinyal telepon di lingkungan Wisata Air Terjun Nyarai terbatas.
5. Kurangnya kapasitas SDM pengelola.
6. Wisatawan Air TerjunNyarai dari tahun ke tahun semakin menurun, apalagi semenjak adanya COVID-19.
7. Wisatawan Air Terjun Nyarai mendapat bantuan dari warga dan Nagari.
8. Website Wisata Air Terjun Nyarai yang sudah tidak lagi dikelola atau terbengkalai.
9. Kurangnya promosi melalui media-media sosial yang mendukung seperti *facebook*, *instagram* dan *youtube*.
10. Tiketing yang masih secara manual. Diharapkan adanya digitalisasi pendaftaran kunjungan atau tiketing, agar mempermudah pengurus dan terkhususnya para wisatawan terlebih di saat pandemi COVID-19.
11. Kurangnya kebersihan lingkungan sekitar Wisata Air Terjun Nyarai

### Kegiatan Yang Sudah Berhasil Dilakukan

#### 1. Survei dan Koordinasi Mitra

Kegiatan awal adalah melakukan survei tempat, jalan, dan kondisi perjalanan ke lokasi Lubuk Nyarai, setibanya di lokasi, rombongan tim kami di sambut baik oleh masyarakat sekitar dan mengkoordinasikan kepada mitra tentang wisata Lubuk Nyarai.

## 2. Pemasangan Petunjuk Jalan

### Pemasangan tanda-tanda oleh panitia PKM

Adapun tanda-tanda yang telah disediakan dan dipasang sepanjang perjalanan menuju Air Terjun Nyarai, yaitu:

1. “AWAS ADA PERLINTASAN SUNGAI” yang dalam bahasa Jepang “川を渡るのに、ご注意ください”
2. “SEDIKIT LAGI, AYO SEMANGAT!!!” yang dalam bahasa Jepang “もう少し、がんばれ!!!”
3. “HATI-HATI JALAN LICIN” yang dalam bahasa Jepang “道路が滑りやすいので、ご注意ください”

## 3. Pelatihan Digital Guide

Saat pelaksanaan pelatihan, para pemuda-pemudi setempat sangat antusias mengikuti pelatihan. Pada pelatihan “**Digital Guide terhadap Kelompok Masyarakat Kawasan Air Terjun Nyarai Lubuk Alung**”, para pemuda-pemudi tersebut belajar bagaimana kegiatan promosi atau memandu Wisata Air Terjun Nyarai yang dilakukan di media sosial kepada masyarakat luas dengan baik. Pada pelatihan “**Bahasa Jepang terhadap Kelompok Masyarakat Kawasan Air Terjun Nyarai Lubuk Alung**”, para pemuda-pemudi tersebut belajar dan mendapatkan hal baru, yaitu pengenalan bahasa Jepang dasar, seperti cara menyambut tamu, perkenalan dan salam dalam bahasa Jepang, serta tips-tips ketika bertemu dengan wisatawan Jepang. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan dapat menambah informasi-informasi yang berguna bagi pemuda-pemudi sendiri maupun untuk kemajuan Wisata Air Terjun Nyarai.

## 4. Pemberian souvenir atau kenang-kenangan berupa baju dan tanda-tanda petunjuk arah kepada pengurus Air Terjun Nyarai

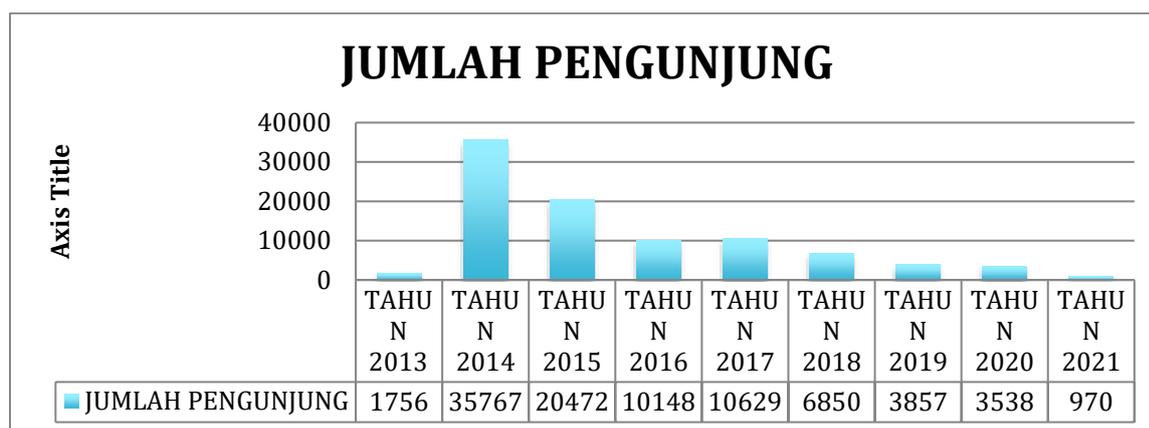
Sesudah melakukan pengabdian dan pelatihan, tim kami memberikan souvenir atau kenang-kenangan berupa baju Universitas Bung Hatta, agar nantinya dipakai saat masyarakat mengguide turis lokal/asling, dan juga tanda-tanda sepanjang perjalanan ke air terjun, itu bentuk kerjasama dan dukungan Prodi Sastra Jepang Universitas Bung Hatta kepada masyarakat Lubuk Nyarai, Padang Pariaman.

## 5. Pemasangan Spanduk “Selamat Datang di Kawasan Air Terjun Nyarai Lubuk Alung”

Pemasangan spanduk ini juga di pasang di depan posko tersebut. Itu juga bentuk dukungan dari Prodi Sastra Jepang kepada objek wisata Air Terjun Lubuk Nyarai Lubuk Alung.

## Data Pengunjung

Berdasarkan dari data angket dari masyarakat Lubuk Nyarai, menunjukkan data pengunjung dari tahun ketahun.



### KESIMPULAN DAN SARAN

Tim PKM akan melakukan rapat serta penyuluhan terhadap mitra mengenai promosi di era digital, bentuk pemberdayaan area wisata, dan menjadikan area wisata sebagai tempat yang bersih dan sehat serta menjadi area wisata yang dianggap terpadu untuk menjaga protocol kesehatan covid-19. Dalam penyuluhan ada beberapa poin yang harus diperhatikan atau menjadi inti dari kegiatan yang direncanakan yaitu:

1. Pelatihan penggunaan akun media social seperti instagram, youtube dan lain-lain. Pada kegiatan ini mitra dilatih membuat akun atau channel untuk promosi, termasuk statistik, engagement, algoritma media social.
2. Mitra akan dikenalkan dengan bahasa Jepang secara singkat dan sederhana untuk menjadi daya tarik dan pengalaman baru demi promosi area wisata. Pada kegiatan ini juga dilakukan pemasangan spanduk, petunjuk area wisata menggunakan bahasa Jepang.
3. Memperkenalkan covid-19 secara umum dan pentingnya menjaga kesehatan terkait covid-19. Pada kegiatan ini juga menyediakan kebutuhan protocol di area wisata.

Setelah poin-poin di atas dilaksanakan dengan baik, tim PKM bersama mitra akan sama-sama mengawasi akun atau channel media social secara berkelanjutan, memastikan mitra bisa mempraktekkan percakapan sederhana bahasa Jepang dan memastikan petunjuk-petunjuk tadi terpasang dengan baik di sekitar area wisata tersusun rapi. Dan yang terakhir memastikan dan mengawasi agar protocol kesehatan covid-19 terus berlanjut meskipun pandemi selesai.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Amita dan Afriansih. 2017. *Destinasi Objek Wisata Alam Air Terjun Nyarai Di Korong Salibutan Nagari Lubuk Alung, Padang Pariaman*. Padang. STKIP.
2. Aji, Rustam. 2016. *Digitalisasi, Era Tantangan Media*. Semarang. UIN WALISONGO.
3. Abri Siregar, Muhammad. 2019. *Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Wisata Alam DIY*. Yogyakarta. UGM
4. Fatmawati, Sulistiyani, dan Budiyo. 2018. *Analisis aspek Kesehatan Lingkungan Di Tempat Wisata Taman Margasatwa Semarang*. Semarang. UNDIP.
5. Febriani, Ahyuni. 2018. *Keterlibatan Masyarakat Dalam Pengembangan Objek Wisata Di Kecamatan Lubuk Alung Dan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman*. Padang. UNP.
6. Heliyani, Ina. 2019. *Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0*. Jakarta Barat. Universitas Mpu Tantular.
7. Indika dan Jovita. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Bandung. UNPAD.

8. Kusniawati, Nufa P. I, Baruna S, Eni. P, dan Nustangin. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Di DesaBumiaji*. Bandung. UNPAD
9. Nur, Ardian. 2018. *Promosi Melalui Media Sosia lTerhadap Minat Beli (pengaruh promosi media social Instagram terhadap minat beli kuliner pada followers akun @kulinerdisolo di kota Surakarta periode Maret-Juni 2018)*. Surakarta. USM.
10. Pratama, Diko. 2017. *Pengelolaan Sarana Wisata Di Pantai Sako Padang*. Padang. UNP.
11. Saputra dan Afriwan. 2018. *Perancangan Film DokumenterWisataAlam Air Terjun Nyarai Lubuk Alung Padang Pariaman*. Padang. UNP.
12. Sanusi, Hartinah. 2018. *Transformasi Dan Tantangan Era Digital*. Makassar. UIN ALAUDIN.
13. Sanjaya, Finnah. F, dan Fareis. A. 2020. *Optimalisasi Kesiapan Desa Kersik Menuju Desa Wisata Pasca pandemi Covid-19*. Samarinda. Universitas Mulawarman.
14. Wahyono, Aditya E. T, Cipto W. 2018. *Pengembangan Desa Wisata Dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis PotensiLokal*. Malang. UM.
15. Walakula, Yandri Benony. 2020. *Analisis Eksistensi Pariwisata Indonesia Di Tengah Situasi Pandemi Corona Virus Disease (Covid-19)*. Ambon. IAKN Ambon.