

PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DESA WISATA SAMA GUNA KABUPATEN LOMBOK UTARA

Gozin Najah Rusyada¹, Irfan Hidayat², Sasih Gunalan³

^{1,2}Universitas Mataram

³Universitas Bumigora

*Email korespondensi: gozin@staff.unram.ac.id

Article History:

Received: 2 Desember 2024

Revised: 3 Desember 2024

Accepted: 9 Desember 2024

Keywords: *profil video; tourism village; sama guna village;*

Abstract: *Sama Guna tourist village in North Lombok Regency has great natural and cultural tourism potential. However, limitations in promotion are a major challenge for the village to attract more tourists. One solution that can be done is to make an informative and interesting village profile video. This community service activity is in the form of mentoring and making a video profile of Sama Guna Tourism Village. This activity actively involves the local community to explore the potential of the village, build promotional narratives, and produce profile videos that authentically represent the village identity. The service method adopts the Participatory Action Research (PAR) service model, with stages including preparation, implementation, and evaluation. The results of the activity show an increase in community understanding of the importance of digital promotional media, as well as producing profile videos that are ready to be used to promote tourist villages on various platforms.*

Pendahuluan

Prospek industri pariwisata di Indonesia sangat besar dan menjanjikan mengingat negara Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah (Trisnawati, 2018). Sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Hermawan, 2021) (Suranny, 2020). Dari pariwisata juga akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat, meningkatkan produk daerah ke ajang internasional, dan lain sebagainya (Komesty et al., 2022). Sementara saat ini wisatawan lebih tertarik dengan pariwisata yang menyuguhkan alam pedesaan (Endah, 2020). Wisatawan kini cenderung mencari pengalaman yang lebih autentik, tenang, dan dekat dengan alam (Suranny, 2020). Desa wisata menjadi solusi ideal untuk memenuhi permintaan tersebut karena menawarkan suasana alami, aktivitas tradisional, dan budaya lokal yang khas (Arintoko et al., 2018). Dari situlah kemudian muncul dan berkembang konsep pariwisata yang disebut dengan desa wisata (Mumtaz & Karmilah, 2022). Desa wisata merupakan sebuah kawasan pedesaan yang memiliki keunikan dan karakteristik khusus untuk menjadi destinasi wisata, antara lain lingkungan bernuansa alami, tradisi dan budaya masih dipegang masyarakat, makanan khas, sistem pertanian, dan sistem kekerabatan (Zakaria & Suprihardjo, 2014) (Budhi Pamungkas Gautama

et al., 2020).

Desa wisata Sama Guna merupakan salah satu desa wisata di daerah Kabupaten Lombok Utara yang memiliki potensi wisata alam dan budaya. Dari segi keindahan alam, desa wisata Sama Guna menawarkan pemandangan aliran Sungai jernih yang mengalir langsung dari mata air pegunungan, hamparan area persawahan yang masih asri serta keindahan alam perbukitan yang masih terawat (Pratiwi Sofia & Sutanto, 2023). Dari sisi budaya, desa Sama Guna memiliki berbagai kesenian tradisional seperti gendang beleq, tawaq-tawaq, drama Cupak Gurantang, yang rutin dimainkan, baik untuk menghibur wisatawan, ataupun untuk mengisi acara-acara kebudayaan. Berdasarkan hal tersebut, Desa Sama Guna sangat potensial menjadi desa Wisata unggulan.

Meskipun memiliki daya tarik yang besar, pengelolaan promosi wisata di Desa Sama Guna masih belum optimal. Salah satu kendala utama adalah minimnya strategi promosi yang efektif untuk mengenalkan potensi desa kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Sekretaris Desa Sama Guna, bapak Bujianto, menyatakan bahwa promosi saat ini dikelola oleh karang taruna. Karang taruna mempromosikan desa wisata Sama Guna menggunakan memanfaatkan media sosial dengan cara mengunggah foto-foto dan video reel yang memvisualisasikan keindahan desa wisata Sama Guna.

Namun, kualitas foto-foto dan video reel yang diunggah masih kurang atau tidak digarap secara profesional. Misalnya, hingga saat ini belum ada video profil yang memuat informasi lengkap terkait desa Sama Guna beserta potensi-potensi wisata yang ada. Video profil adalah sebuah media visual yang dirancang untuk memperkenalkan atau menggambarkan identitas, keunikan, dan keunggulan suatu individu, organisasi, produk, atau tempat tertentu (Wiraseptya & Suardi, 2023). Video profil biasanya digunakan untuk tujuan promosi, branding, atau penyampaian informasi secara kreatif dan menarik kepada khalayak luas (Rokhayati, 2020). Media promosi digital, seperti video profil, menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan daya tarik suatu destinasi wisata (Haryanto, 2020). Video profil tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga mampu menyampaikan cerita dan pengalaman visual yang menarik bagi calon wisatawan (Arini et al., 2023).

Salah satu alasan belum adanya video profil desa wisata Sama Guna adalah kurangnya pengetahuan terkait video profil, baik itu proses pembuatan dan juga konsep video. Sehingga diasumsikan bahwa perlu adanya pendampingan sekaligus membantu pembuatan video profil Desa Sama Guna sebagai bagian dari proses pengabdian kepada Masyarakat.

Metode

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini mengadopsi model pengabdian *Participatory Action Research* (PAR). PAR merupakan metode pengabdian kolaboratif yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat atau kelompok yang menjadi subjek penelitian untuk memecahkan masalah yang dihadapi secara bersama-sama, agar masyarakat dapat menjadi aktor perubahan, bukan obyek pengabdian (Afandi et al., 2022). Proses pengabdian ini akan melibatkan Masyarakat desa Sama Guna dalam pembuatan Video Profil, meliputi proses penyusunan konsep, pengambilan video, editing dan menjadi talent. Lebih rinci, informasi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Tempat Kegiatan

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sama Guna Kabupaten Lombok Utara.

2. Sasaran Kegiatan

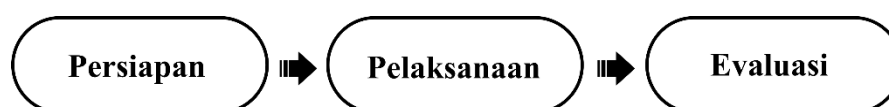
Sasaran kegiatan adalah Masyarakat khususnya pemuda pemudi Desa Sama Guna Kabupaten Lombok Utara.

3. Waktu Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 5 sampai dengan 12 Oktober.

4. Tahapan Kegiatan

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat disimak pada gambar berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Tahap persiapan meliputi penyusunan konsep dan analisis kebutuhan. Tahap pelaksanaan dibagi dua yaitu proses pengambilan gambar dan proses editing. Tahap evaluasi merupakan tahap akhir untuk mengetahui hasil capaian kegiatan.

Pembahasan

1. Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian memulai dengan penyusunan konsep video dan analisis kebutuhan. Penyusunan konsep dilakukan melalui diskusi bersama karang taruna dan tokoh-tokoh desa Sama Guna untuk menentukan elemen penting yang akan ditampilkan dalam video profil.



Gambar 2. Mendampingi karang taruna berdiskusi

Fokus utama video diarahkan pada potensi wisata alam, budaya, dan produk lokal khas Desa Wisata Sama Guna. Pada tahap ini ditentukan ide besar sebagai tema utama video yang akan dibuat yaitu “when nature meet culture”, yang menggambarkan keindahan alam desa wisata Sama Guna dipadukan dengan keindahan local budayanya. Kemudian untuk mendukung perencanaan yang matang, dilakukan analisis kebutuhan berupa wawancara dengan perangkat desa dan pengelola wisata. Kebutuhan yang diidentifikasi meliputi alat promosi berbasis digital yang mampu menjangkau pasar wisata secara luas. Selain itu, tim mengidentifikasi lokasi strategis untuk pengambilan gambar, seperti area wisata unggulan, kegiatan budaya masyarakat, dan fasilitas pendukung pariwisata. Tahap persiapan ini menghasilkan kerangka kerja yang terstruktur, termasuk storyboard dan rencana pengambilan gambar, yang menjadi pedoman dalam tahap selanjutnya.

2. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian ini, yang dibagi menjadi dua proses utama, yaitu pengambilan gambar dan editing video.

a. Proses Pengambilan Gambar

Proses pengambilan gambar diawali dengan pengecekan peralatan, seperti kamera DSLR, drone, dan mikrofon. Pengambilan gambar dilakukan di berbagai lokasi strategis desa, termasuk keindahan alam, aktivitas masyarakat, dan produk unggulan desa. Tim mengutamakan penggunaan teknik sinematografi modern, seperti penggunaan drone untuk menangkap pemandangan udara yang memperlihatkan keindahan desa dari perspektif yang unik.

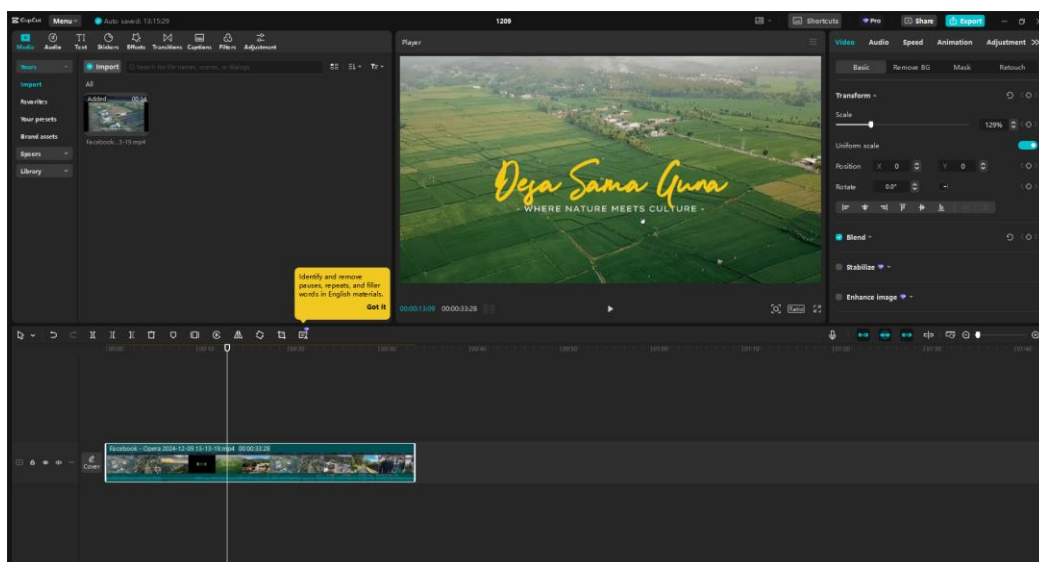


Gambar 3. Proses Pengambilan Video

Selama pengambilan gambar, masyarakat dilibatkan sebagai bagian dari proses kreatif, baik sebagai narasumber maupun model dalam video. Pendampingan dilakukan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai pentingnya visualisasi dalam media promosi. Interaksi aktif antara tim dan masyarakat memastikan video yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga autentik dan mencerminkan identitas lokal.

b. Proses Editing Video

Setelah proses pengambilan gambar selesai, tahap berikutnya adalah editing video. Tim memulai dengan seleksi footage, memilih potongan gambar yang paling sesuai dengan konsep dan storyboard. Narasi video disusun berdasarkan wawancara dengan tokoh masyarakat, yang kemudian ditambahkan dalam bentuk sulih suara untuk memberikan penjelasan pada setiap segmen video.



Gambar 4. Proses Editing

Proses editing juga melibatkan penyesuaian warna (color grading) dan penambahan musik latar yang relevan untuk menciptakan kesan estetik dan emosional. Tim memastikan hasil akhir video memiliki transisi yang halus dan kualitas visual yang profesional. Proses ini juga

melibatkan review dari perangkat desa untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan harapan.

3. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan pengabdian ini dan memastikan bahwa video profil yang dihasilkan mampu memenuhi tujuan promosi desa. Video yang telah selesai dipresentasikan kepada perangkat desa, pengelola wisata, dan masyarakat setempat. Penayangan video ini diikuti dengan sesi diskusi untuk mengumpulkan umpan balik. Masyarakat memberikan masukan terkait elemen-elemen video yang dianggap dapat diperbaiki atau ditambahkan.



Gambar 5. Koordinasi dengan Pemdes dan Karang Taruna Desa Sama Guna

Diskusi dengan masyarakat juga mencakup refleksi terhadap dampak kegiatan ini, baik dari segi peningkatan kapasitas masyarakat dalam memahami media digital maupun potensi video sebagai alat promosi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa masyarakat merasa puas dengan hasil video profil dan siap menggunakannya untuk promosi di berbagai platform digital, seperti media sosial dan situs web desa.





Gambar 6. Hasil Akhir Kegiatan Pengabdian

Capaian kegiatan ini meliputi tersedianya video profil berkualitas tinggi yang dapat digunakan sebagai media promosi desa wisata. Selain itu, masyarakat mendapatkan pemahaman dasar tentang proses pembuatan media promosi digital, sehingga dapat mendukung keberlanjutan promosi desa di masa depan

Kesimpulan

Pendampingan dan pembuatan video profil telah memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan Desa Wisata Sama Guna. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk berupa video profil, tetapi juga meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menghasilkan produk untuk promosi wisata. Diharapkan, video profil ini dapat membantu Desa Sama Guna menarik lebih banyak wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Ucapan Terimakasih

Atas selesainya kegiatan pengabdian ini, penulis secara khusus mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mensupport;

1. Rektor dan jajaran dosen Universitas Mataram
2. Kepala Desa dan jajaran staff Pemerintah Desa Sama Guna
3. Dan seluruh pihak yang ikut berkontribusi

Daftar Pustaka

Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdiyanah, Wahid, M., & Wahyudi, J. (2022). Metode Pengabdian Masyarakat. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 1, Issue Oktober).

Arini, N. I., Kristianto, F., & Supardi, S. (2023). Video Profil Desa Pucang sebagai Sarana

- Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Sewagati*, 7(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.561>
- Arintoko, Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi. (2018). Pemetaan dan potensi desa wisata menuju pengembangan kawasan desa wisata di Kecamatan Borobudur. *Prosiding Seminar Nasional, November*.
- Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4). <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1).
- Haryanto, A. (2020). Penyuluhan Pembuatan Video Profil Desa Bedoyo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(1). <https://doi.org/10.24821/jas.v1i1.4697>
- Hermawan, B. (2021). Analisis Kontribusi Transaksi Pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Pariwisata. *Media Wisata*, 7(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v7i1.180>
- Komesty, E., Rusmana, O., Maulana, A. N. S., Artania, N. R., & Zilda Rizkia, Z. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mengembangkan Potensi Wisata di Desa Wisata Dayeuhkolot, Kabupaten Subang. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 3(1). <https://doi.org/10.34013/mp.v3i1.630>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1). <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Pratiwi Sofia, A., & Sutanto, H. (2023). DAMPAK PEMEKARAN DESA PADA KEHIDUPAN SOSIAL DAN EKONOMI DI DESA SAMA GUNA, KECAMATAN TANJUNG. *Journal of Economics and Business*, 9(1). <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v9i1.127>
- Rokhayati, Y. (2020). Pembuatan Video Dokumenter Kegiatan Pengabdian Masyarakat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i1.4286>
- Suranny, L. E. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI PERDESAAN DI KABUPATEN WONOGIRI. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1). <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>
- Trisnawati. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1).
- Wiraseptya, T., & Suardi, M. (2023). Pengembangan Video Promosi Desa Wisata Teluk Buo untuk Menarik Minat Wisatawan. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.148>
- Zakaria, F., & Suprihardjo, R. D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2).