

# Pelatihan Pembuatan Video Profil Dalam Promosi Wisata Taman Dana Raja di Desa Sepatnunggal

**Meida Kusumah Mardani<sup>1</sup>, Mawi Khusni Albar<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Perbankan Syariah, <sup>2</sup>UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Agama Islam, <sup>2</sup>UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

<sup>1,2</sup>UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Jl. A. Yani No. 40-A Purwokerto, Jawa Tengah, 53126

e-mail: \*<sup>1</sup>meidamardani@gmail.com, <sup>2</sup>mawikhusni@uinsaizu.ac.id

## Abstrak

*Kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi wisata Taman Dana Raja Desa Sepatnunggal menjadi masalah utama dalam program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-MB UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Berlandaskan analisis masalah tersebut, bahwa program pengabdian masyarakat ini berfokus pada pelatihan pembuatan video profil. Dalam program ini bertujuan untuk mengajak pemuda-pemudi sekitar agar lebih berperan aktif dalam hal promosi desa wisata yakni dengan pelatihan pembuatan video profil. Hasil akhir dari pembuatan video profil ini adalah mempublikasikannya di media sosial. Selain itu agar masyarakat sekitar ataupun luar daerah tertarik dengan adanya wisata di Desa Sepatnunggal yakni Taman Dana Raja yang dikelola oleh Bumdes Danaraja Sepatnunggal.*

**Kata kunci:** Pelatihan, Taman Dana Raja, Video Profil

## 1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain- lain. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Potensi pariwisata di Indonesia yang kaya melimpah dapat mengangkat ekonomi negara apabila setiap obyeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut. Sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa suatu negara. [1]

Destinasi wisata adalah objek wisata yang diciptakan dan berkembang dalam industri pariwisata. Misalnya tempat wisata yaitu berupa alamnya, seperti pegunungan, perbukitan, pantai, sungai, danau, atau waduk dan berbentuk buatan seperti museum, monumen dan masjid. Destinasi wisata saat ini banyak perkembangan yang masih dimiliki oleh pariwisata negara, karakteristik yang dimiliki yaitu berbentuk sumber daya alam, tradisi dan budaya masyarakat yang belum terjamah [2]

Tipe desa wisata didasarkan atas karakteristik sumber daya dan keunikannya. Menurut Dewan Perancang Nasional dapat dibagi menjadi empat kategori dalam Morgana dkk [3] yaitu:

Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal (kehidupan tradisional, masyarakat, peninggalan budaya, dll) sebagai daya tarik wisata utama, yaitu kawasan pedesaan dengan keunikan unsur adat istiadat dan detail kehidupan masyarakatnya Unik sebagai wujud budaya masyarakat pedesaan, baik yang berkaitan dengan aktivitas mata pencaharian, agama dan bentuk kegiatan lainnya.

Desa wisata yang mempunyai daya tarik utamanya yaitu keunikan sumber daya alam (pegunungan, pertanian atau perkebunan dan pantai, dll), yaitu gunung, lembah, pantai, sungai, danau, dan berbagai hal unik lainnya yang membentuk desa dengan pemandangan yang indah memiliki potensi sendiri untuk menarik wisatawan.

Desa wisata berdasarkan perpaduan unik antara budaya dan sumber daya alam sebagai daya tarik utama, yaitu daerah pedesaan dengan pemandangan yang unik. Perpaduan yang kuat antara sumber daya pariwisata, budaya, adat istiadat, tradisi dan pola keunikan kehidupan masyarakat serta sumber daya alamnya.

Desa wisata berbasis kegiatan ekonomi kreatif (industri kerajinan, dll) sebagai daya tarik wisata utama. Daerah pedesaan yang unik dan daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata, karena tumbuhnya kegiatan ekonomi kreatif yang dikembangkan dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan dan kegiatan artistik khusus.

Aspek yang mempengaruhi perkembangan desa wisata adalah aspek promosi desa itu sendiri. Promosi adalah kegiatan yang membimbing seseorang atau organisasi untuk aksi yang mencetuskan pertukaran dan pemasaran menurut Ri'aeni [4]. Promosi desa wisata sangat penting terutama untuk desa wisata yang sedang berkembang saat ini. Iklan desa wisata dapat berasal dari internal desa yang aktif mempromosikan dan menggunakan informasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, informasi tentang promosi desa wisata sangat dibutuhkan. Jika desa wisata terpromosikan dengan baik maka aspek lain yang perlu ditingkatkan yaitu seperti fasilitas umum, peningkatan aksesibilitas dan sebagainya. Kegiatan promosi juga membutuhkan keterlibatan kaum muda, salah satunya adalah kaum muda yang tergabung dalam organisasi Karang Taruna.

Di Desa Sepatnunggal potensi desa wisata yang bisa dikembangkan adalah desa wisata yang mendasar pada keunikan sumber daya alam sebab desa ini terletak di dataran tinggi. Secara administratif terletak di wilayah Kecamatan Majenang, Kabupaten Cilacap. Jarak tempuh dari Desa Sepatnunggal ke pusat kabupaten sekitar 68 km. Adapun batas-batas wilayah Desa Sepatnunggal yaitu: sebelah utara dengan Desa Sadahayu, sebelah timur dengan Desa Pangadegan, sebelah selatan dengan Desa Bener dan sebelah barat dengan Desa Cibeunying. Di Desa Sepatnunggal terdapat salah satu objek wisata yaitu Taman Dana Raja, taman ini masih perlu dikembangkan lebih lanjut dan dipromosikan secara besar-besaran.

Promosi yang ditonjolkan dari Desa Sepatnunggal yaitu potensi desa berbasis keunikan sumber daya alam yang dikenal dengan nama Taman Dana Raja. Taman Dana Raja belum diketahui orang luar desa maupun kecamatan. Sehingga dengan promosi menggunakan video profil yang dilakukan oleh mahasiswa KKN dan pemuda-pemudi setempat dapat tercipta sebagai Desa Wisata. Namun, pemuda-pemudi di desa ini belum memiliki pengetahuan cukup untuk proses perekaman video dan pengeditan video secara menarik. Maka dari itu, kegiatan pelatihan pembuatan video ini dilaksanakan.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, dalam pelatihan pembuatan video dilaksanakan setiap satu minggu sekali di Desa Sepatnunggal, Kecamatan Majenang, Kabupaten Cilacap, yang berlangsung tanggal 19 Juli 2021 sampai dengan 20 Agustus 2021. Pelaksana kegiatan ini yaitu saya selaku mahasiswa KKN dan pemuda-pemudi sekitar Desa Sepatnunggal.

Kegiatan ini menggunakan metode pelatihan. Menurut Nasution dalam Hamdani [5] menyebutkan bahwa pelatihan digambarkan sebagai proses pendidikan dan pembelajaran yang melibatkan peningkatan keterampilan dan kemampuan kerja seseorang dengan menggunakan teknik dan metode tertentu. Di mana tujuan pelatihan yaitu untuk meningkatkan produktivitas. Disini bisa disimpulkan bahwa pelatihan yaitu proses pendidikan dan pembelajaran yang berkesinambungan.

Dalam pelatihan ini teknik yang digunakan adalah dengan pelatihan atau dengan kata lain *workshop*, diskusi *virtual* dan praktek langsung. Pada pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan setiap satu minggu sekali dan waktunya menyesuaikan situasi dan kondisi. Berhubung kondisi saat ini masih dalam situasi pandemi Covid-19, maka kegiatan dilaksanakan

secara *online* dan *offline*. Pada model *offline*, semua peserta harus menerapkan protokol kesehatan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Dana Raja adalah wisata alam yang berada di Balonggede Rt 02/Rw 01 Dusun Solojambe Desa Sepatnungan. Taman ini berdiri diatas tanah GG yang dikelola oleh Bumdes Danaraja Sepatnungan. Di wisata Taman Dana Raja ini terdapat fasilitas-fasilitas yang menarik dikunjungi seperti: kolam renang, bebek *goes*, tempat bermain anak, taman bunga, *mini zoo*, pasar tradisional, pemancingan dan terdapat juga *spot* foto yang kekinian. Di tempat yang terpisah pula dari Taman Dana Raja terdapat wisata arum jeram yang dikelola oleh Bumdes Danaraja Sepatnungan. Namun untuk saat ini karena sedang musim hujan, tempat arum jeram di Sungai Cijalu ditutup sementara, sebab aliran sungai yang meluap.

Dalam kegiatan pelatihan pembuatan video profil Taman Dana Raja dilakukan oleh 5 (lima) orang yaitu saya sendiri selaku mahasiswa KKN yang menjadi mentor dalam pelatihan ini dan juga ada Adit, Agus, Zahro serta Arum selaku pemuda-pemudi yang ikut berpartisipasi dalam pelatihan pembuatan video profil ini.

Pelatihan berlangsung dalam beberapa tahap, diantaranya:

#### 1) Proses Perencanaan

Dalam proses ini sebelum melakukan produksi dalam pembuatan video, terlebih dahulu kami melakukan survei lokasi untuk *shooting* video.

#### 2) Pelaksanaan Awal

Proses pelaksanaan awal program ini terdiri dari, melakukan *workshop* tentang pengenalan video profil secara tahap demi tahap, meliputi teori pembuatan video profil, tahapan pembuatan video profil dan penayangan contoh video profil tentang promosi desa wisata sebagai referensi. Setelah menonton beberapa video, akhirnya kami semua berdiskusi bersama untuk menciptakan konsep video profil ini. Kegiatan ini dilaksanakan secara daring maupun luring, mengingat kondisi pandemi saat ini.

#### 3) Proses Produksi

Pada tahap ini, peserta akan dilatih bagaimana cara mengambil gambar yang bagus di *smartphone*. Dalam tahapan ini menghabiskan waktu berhari-hari, sebab cuaca yang tidak menentu dan kesibukan masing-masing dari peserta itu sendiri.



Gambar 1. Kegiatan proses perekaman video

#### 4) Proses Pengeditan

Setelah proses perekaman selesai maka akan dilakukan proses *transfer* video ke laptop untuk tahap editing atau pengeditan. Peserta akan diinformasikan terlebih dahulu tentang dasar-dasar pengeditan video, seperti bagaimana memotong, menggabungkan video, menambahkan efek suara dll. Tahapan ini, peserta bergantian untuk mengedit di laptop, mengingat hanya ada satu laptop saja yang bisa digunakan untuk mengedit. Dalam kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka maupun melalui *zoom meeting*. Saat kegiatannya dilaksanakan secara tatap muka, maka semua peserta yang mengikuti pelatihan ini wajib menerapkan protokol kesehatan. Sebaliknya jika kegiatan ini dilaksanakan melalui *zoom*

*meeting*, maka saat penyuntingan video berlangsung harus *menshare screen* dan peserta lainnya ikut menyimak ataupun mengoreksi. Misalnya jika ada yang kurang dalam hal pemotongan videonya maka di dalam *zoom meeting* tersebut peserta akan mengeluarkan pendapatnya masing-masing. Setelah proses editing video selesai, langkah selanjutnya adalah proses rendering video. Oleh karena itu, video yang diedit adalah video dalam format mp4.



Gambar 2. Kegiatan proses pengeditan

#### 5) Pengunggahan Video

Dalam proses ini, peserta dilatih untuk melakukan pengunggahan (*upload*) video yang sudah jadi ke media sosial *Instagram*, *Facebook* dan *Youtube*.

#### 6) Tahap Evaluasi

Tahapan ini dimaksudkan untuk melihat keberhasilan suatu kegiatan yang dilakukan. Evaluasi dilakukan pada akhir masa periode pengabdian masyarakat.

### 4. KESIMPULAN

Secara umum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik dan lancar meskipun dalam situasi pandemi Covid-19. Partisipan yang mengikuti kegiatan pelatihan pembuatan video profil ini sangat antusias. Manfaat yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah dapat meningkatkan pengetahuan dalam bidang promosi melalui pembuatan video profil yang menarik dan memberikan kesadaran terhadap pengurus/pemerintah Desa Sepatnungan terkait pentingnya promosi Taman Dana Raja dalam program kerja mereka nantinya. Selain itu dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke Taman Dana Raja sehingga dapat mempengaruhi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

### 5. SARAN

Untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan lagi, yaitu tidak hanya pembuatan video profil saja. Tetapi bisa melakukan pelatihan pembuatan video-video kreatif lainnya yang diunggah secara berkala dan konsisten.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terkhusus kepada UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melalui LPPM yang sudah memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat, Bapak Mawi Khusni Albar, M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Kluster 43, jajaran pemerintahan Desa Sepatnungan, pihak Bumdes Danaraja Sepatnungan, pemuda-pemudi Desa Sepatnungan yang menjadi peserta dalam kegiatan ini, seluruh masyarakat Desa Sepatnungan serta teman-teman semuanya yang telah mendukung kegiatan pelatihan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2019). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen*, 4(2), 83–93. <https://doi.org/10.30656/sm.v4i2.979>
- [2] Siti Alfiah, Jeni Andriani, Rosa Lesmana, Nardi Sunardi, A. F. (2019). Manajemen Pengelolaan Desa Wisata Pada Desa Cimanggu, Kecamatan Cisalak, Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat ( Studi Kasus Pada Curug Paok dan Bukit Pasir Jaka). *Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1), 21–28.
- [3] Morgana, D. A., H, S. R., Bilankawa, F., Ramadhian, A., Rahmat, N., & Candra, A. (2019). *Strategi Video Kreatif Melalui Media Sosial*. 10(2), 1–12.
- [4] Ri'aeni, I. (2015). Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 187–197. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art5>
- [5] Hamdani, Endah Nuraini. (2018). Materi Metode Pelatihan Training For Trainer PPM Manajemen. Jakarta: Balai Pendidikan dan Pelatihan Aparatur, *Badan Riset dan SDM Kelautan dan Perikanan*. Available at: <https://kkp.go.id/brsdm/bdasukamandi/artikel/8635-jenis-jenis-metode-pelatihan-yang-interaktif> Diakses pada tanggal 28 September 2021.