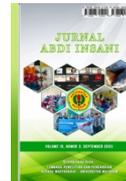




JURNAL ABDI INSANI

Volume 10, Nomor 3, September 2023

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



MENGEMBANGKAN BRANDING DESA WISATA NYARAI MELALUI VIDEO PROMOSI DENGAN TEKNIK-TEKNIK EDITING YANG MENARIK

*Development Of Branding Desa Wisata Nyarai Through Promotional Videos With
Interesting Editing Techniques*

Widia Marta, Robby Usman*

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Jl. Raya Lubuk Begalung Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat 25145

*Alamat korespondensi: robbyusman@upiyptk.ac.id

(Tanggal Submission: 22 Agustus 2023, Tanggal Accepted : 13 September 2023)



Kata Kunci :

*Desa Wisata,
Nyarai, Video
Promosi*

Abstrak :

Desa Wisata Nyarai di Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat, adalah salah satu destinasi wisata yang memiliki keindahan alam dan kekayaan budaya yang menarik untuk dijelajahi. Namun, Desa Wisata Nyarai belum mampu mempromosikan potensinya secara optimal sehingga kunjungan wisatawan masih relatif rendah. Oleh karena itu, pengembangan branding dan promosi yang inovatif perlu dilakukan untuk memperkenalkan Desa Wisata Nyarai pada wisatawan potensial. Pengabdian dosen ini bertujuan untuk mengembangkan branding dan promosi Desa Wisata Nyarai melalui pembuatan video promosi yang menarik dan inovatif. Video promosi tersebut menampilkan keindahan dan keanekaragaman Desa Wisata Nyarai, serta memperkenalkan produk-produk unggulan yang dimiliki oleh desa wisata tersebut. Teknik-teknik editing yang menarik dan inovatif seperti penggunaan musik, efek khusus, dan animasi digunakan untuk membuat video promosi yang lebih menarik dan memikat perhatian wisatawan potensial. Setelah video promosi selesai dibuat, dilakukan evaluasi terhadap daya tarik dan kesan branding yang tercipta dari video tersebut. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video promosi dengan teknik-teknik editing yang menarik dan inovatif dibutuhkan dalam meningkatkan daya tarik dan kesan branding Desa Wisata Nyarai. Diharapkan, penggunaan video promosi dengan teknik-teknik editing yang menarik dan inovatif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Nyarai dan pada akhirnya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Dengan demikian, Upaya ini akan membantu meningkatkan visibilitas, ketertarikan dan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Nyarai.



Key word :

*Tourism Village,
Nyarai,
Promotional
Video*

Abstract :

Desa Wisata Nyarai in Padang Pariaman Regency, West Sumatra, is a tourist destination that has natural beauty and interesting cultural wealth to explore. However, Desa Wisata Nyarai has not been able to optimally promote its potential so that tourist visits are still relatively low. Therefore, the development of innovative branding and promotion needs to be done to introduce Des to potential tourists. This lecturer service aims to develop the branding and promotion of the Desa Wisata Nyarai through making attractive and innovative promotional videos. The promotional video showcases the beauty and diversity of Desa Wisata Nyarai, as well as introduces the superior products owned by the tourist village. Interesting and innovative editing techniques such as the use of music, special effects, and animation are used to make promotional videos more attractive and attract the attention of potential tourists. After the promotional video is finished, an evaluation is made of the attractiveness and branding impression created from the video. The evaluation results show that promotional videos with interesting and innovative editing techniques can increase the attractiveness and branding impression of Nyarai. It is hoped that the use of promotional videos with interesting and innovative editing techniques can increase the number of tourist visits to Desa Wisata Nyarai and ultimately provide economic benefits for the local community.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Marta, W., & Usman, R. (2023). Mengembangkan Branding Desa Wisata Nyarai Melalui Video Promosi Dengan Teknik-Teknik Editing Yang Menarik. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1921-1929. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1101>

PENDAHULUAN

Sumatera Barat memiliki banyak destinasi wisata yang dikenal dengan keindahan alamnya. Beberapa destinasi wisata yang ada di Sumatera Barat telah dinobatkan menjadi desa wisata. Desa Wisata merupakan salah satu potensi ekonomi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan Masyarakat di sekitarnya. Menurut (Listyorini, 2021), Desa Wisata menjadi salah satu penggerak ekonomi yang diandalkan dari sektor pariwisata khususnya pada ekonomi masyarakat pedesaan. Salah satu desa wisata di Sumatera Barat yang memiliki potensi besar adalah Desa Wisata Nyarai di Kabupaten Padang Pariaman. Menurut (Putri, 2023), beberapa desa wisata memiliki permasalahan serupa yaitu promosi wisata.

Untuk menciptakan sebuah desa wisata perlu dilakukan *branding*, agar menarik minat wisatawan berkunjung. Berbagai teori branding oleh pakar branding pendekatannya sangat sederhana, tujuannya untuk memudahkan kegiatan marketing dan membangun merek, (Prasetyo, 2020). Branding adalah suatu cara yang bisa digunakan untuk menciptakan suatu kekhasan suatu destinasi untuk mempertahankan keberlanjutan desa wisata (Razak, 2022). *Branding* yang kuat mampu mengkomunikasikan identitas unik dan daya Tarik suatu destinasi wisata kepada calon wisatawan. Komponen dalam proses branding tersebut merupakan promosi dari proses pemasaran, (Wahyudin et al., 2023). Menurut (Rahman, 2017), Nyarai memiliki air terjun yang sangat indah dan bisa untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Desa Wisata Nyarai memiliki potensi yang kaya akan keindahan alam yang dapat dijelajahi oleh para wisatawan. Namun, promosi dan *branding* yang kurang efektif dapat membuat potensi ini tidak tergalai sepenuhnya.

Dalam era digital seperti sekarang ini, media video menjadi salah satu alat promosi yang sangat efektif. Video memiliki kemampuan untuk menggambarkan pengalaman nyata dan memukau melalui



gambar bergerak, suara, dan efek visual. Menurut (Syahriel, 2020), para pelaku wisata dan masyarakat lokal dapat memanfaatkan video promosi sebagai sarana promosi yang efektif untuk menarik minat wisatawan. Menurut (Kusumayanti, 2020), berpromosi yang baik merupakan keahlian yang perlu dilatih dan perlu memperbanyak referensi agar promosi bisa tepat sasaran. Pengembangan promosi secara visual juga sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung (Dahmiri, 2022). Oleh karena itu, melalui pengabdian ini, kami bertujuan untuk mengembangkan *branding* Desa Wisata Nyarai melalui video promosi dengan penerapan teknik-teknik editing yang menarik. Teknik editing dalam pembuatan video memiliki peran penting dalam menghasilkan konten yang menarik dan memikat. Dengan memanfaatkan teknik-teknik editing yang tepat, video promosi dapat menyampaikan pesan dan informasi dengan cara yang lebih dinamis dan memukau. Teknik-teknik seperti penggunaan transisi yang kreatif, pemilihan musik yang sesuai, perubahan kecepatan, dan efek visual yang menarik dapat meningkatkan daya Tarik video secara signifikan. Menurut (Aryani, 2022), Teknik-teknik editing harus terus diciptakan untuk kebutuhan kreatifitas dalam penyampaian informasi.

Promosi juga dapat membantu membangun brand atau merek suatu tempat wisata sehingga mudah dikenali oleh wisatawan, (Triadi, 2021). Dalam konteks pengembangan branding Desa Wisata Nyarai, video promosi akan menjadi alat utama untuk memperkenalkan potensi-potensi yang dimiliki oleh wisata tersebut. Dalam pengembangan video promosi, penting untuk memahami audiens yang dituju. Berdasarkan analisis pasar, kita dapat menentukan arah visual, pesan dan pendekatan yang sesuai dengan preferensi calon wisata. Apakah mereka lebih tertarik pada sisi alam, budaya, petualangan, atau relaksasi alam dengan video yang dirancang secara strategis.

Dalam proses pembuatan video promosi bisa melakukan pengambilan dalam jenis *footage* atau cuplikan, (Goenawan, 2013). Dalam pembuatan video promosi harus berisikan tentang informasi wisata yang akan dirancang. Menurut (Michael, 2022), video promosi harus mengedepankan informasi pariwisata agar bisa disebarkan kepada khalayak ramai.

Selain itu, keterlibatan Masyarakat setempat juga memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan branding Desa Wisata Nyarai (Suherlan, 2022). Menurut (Asrita, 2022), Melibatkan Masyarakat dalam proses pembuatan video promosi dapat memberikan kesan yang lebih otentik dan dapat meningkatkan kepedulian serta rasa memiliki terhadap destinasi wisata mereka sendiri. Proses pengambilan gambar dan wawancara dengan penduduk setempat dapat menghadirkan sudut pandang yang berbeda dan memperkaya cerita yang ingin disampaikan melalui video (Nuranindya, 2023). Dalam aspek teknis, pengabdian kepada Masyarakat dalam pengembangan video promosi memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknik-teknik editing yang efektif. Ini meliputi pemahaman tentang penggunaan software editing, pilihan efek visual yang sesuai, kreatifitas dalam penggunaan transisi, serta pengaturan tata suara yang baik.

Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat membantu pihak pokdarwis Desa Wisata Nyarai melakukan promosi secara berkala dengan video-video yang telah dibuat dan dirancang oleh tim pengabdian. Harapan terbesar dari pengabdian ini agar Desa Wisata Nyarai dapat memaksimalkan promosi secara digital dan bisa di sebarluaskan melalui media sosial.

METODE KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat mengembangkan branding melalui video promosi di Desa Wisata Nyarai, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat telah dilaksanakan dari tanggal 24 Mei sampai 30 Juli 2023 dengan melibatkan dosen, mahasiswa dan pokdarwis Desa Wisata Nyarai. Berikut kegiatan yang dilaksanakan pada program pengabdian tersebut, diantaranya:

1. Menjalin kerjasama dengan Pokdarwis Desa Wisata Nyarai, Padang Pariaman, Sumatera Barat. Proses kegiatan ini adalah bentuk diskusi mengenai pengembangan promosi digital Desa Wisata Nyarai. Kerjasama ini merupakan langkah yang penting dalam merencanakan strategi promosi. Diskusi ini melibatkan berbagai aspek, termasuk tujuan promosi, target audiens dan peran masing-masing pihak dalam pengabdian ini.

2. Melakukan analisa tentang Desa Wisata Nyarai, mengumpulkan informasi mengenai daya Tarik alam, tradisi yang dimiliki oleh Desa Wiata Nyarai. Hal ini mencakup dalam mengumpulkan informasi tentang daya Tarik alam, fasilitas dan aset wisata yang dimiliki oleh Desa Wisata Nyarai. Informasi ini akan menjadi dasar untuk mengembangkan pesan yang kuat dan menarik dalam video promosi.
3. Memilih konsep dalam membuat video promosi yang akan dihasilkan. Melakukan pengembangan skrip yang menggambarkan cerita atau pesan yang akan disampaikan melalui video. Konsep yang di ciptakan harus mencerminkan identitas unik Desa Wisata Nyarai dan dapat menghubungkan dengan audiens potensial.
4. Pengambilan Gambar di lokasi Desa Wisata Nyarai, Proses pengambilan gambar adalah tahap produksi utama dalam pembuatan video promosi. Tim harus bekerja sama untuk mengambil *footage* di lokasi Desa Wisata Nyarai. Ini termasuk pengambilan gambar kehidupan masyarakat, fasilitas wisata, dan objek wisata yang ada di desa tersebut. Proses ini harus dilakukan dengan bertahap, agar semua elemen terdokumentasikan dengan baik.
5. Setelah pengambilan gambar selesai, tim harus menggunakan keterampilan editing video untuk menghasilkan video promosi yang menarik. Ini termasuk penggunaan transisi, efek visual dan juga musik dalam kebutuhan promosi Desa Wisata Nyarai.
6. Manajemen promosi dalam mengelola dan posting video oleh pokdarwis Desa Wisata Nyarai. Tim Pokdarwis harus memiliki peran dalam mempromosikan video ini, termasuk membagikannya di berbagai media sosial dan situs web resmi Desa Wisata Nyarai. Dengan manajemen promosi yang efektif nantinya video akan bisa mencapai audiens yang lebih luas.
7. Inisiasi program promosi video Desa Wisata ini dilakukan dengan menggandeng mitra Pokdarwis dan terlibat dalam Menyusun dan mengonsepan video kreatif yang dilakukan dalam pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Ngarai, Kabupaten Padang Pariaman dilakukan dengan melibatkan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan mahasiswa dengan matakuliah Audio visual. Dalam proses dilapangan yang dilakukan dari tanggal 24 Mei sampai dengan 30 Juli 2023 sebagai proses pengambilan gambar dan proses editing. Adapun bentuk kegiatan serta penjelasan yang dilaksanakan yang telah diuraikan dalam metode sebagai Berikut:

1. Kerjasama

Dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan judul mengembangkan *branding* Desa Wisata Nyarai dengan video promosi melalui teknik-teknik kreatif, sudah melalui tahap diskusi dengan adanya kerjasama kedua belah pihak. Kerja sama ini nantinya diharapkan akan berlanjut pada proses Memorandum of Understanding (MoU) dan Memorandum of Agreement (MoA) bersama Prodi atau Fakultas Desain Komunikasi Visual. Sebelumnya Tim Dosen yang akan melakukan pengabdian kepada masyarakat dari Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, terlebih dahulu telah mengajukan proposal kepada afiliasi terkait.

2. Analisa

Desa Wisata Nyarai terletak di Nagari Salibutan Lubug Alung, Kecamatan Lubug Alung, Kabupaten Padang Pariaman. Desa Wisata Nyarai ini baru saja mendapatkan ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia) 2023 dan tercatat masuk dalam 75 besar ADWI.



Gambar 1. Photo penyerahan sertifikat ADWI 2023, Dokumentasi dari jadesta kemenparekraf



Gambar 2. Survei lokasi dan bentuk batu peresmian Desa Wisata yang belum dipasang

Desa Wisata Nyarai memiliki fasilitas yang cukup baik sebagai Desa Wisata yang baru diresmikan: Memiliki Area Parkir, Kamar Mandi Umum, Outbond, Balai Pertemuan, Kios Souvenir, Selfie Area, Cafeteria, Spot Foto, Jungle Tracking, Musholla dan Penginapan.

3. Penyusunan Konsep

Penyusunan Pra Produksi seperti memilih konsep, menentukan tema dan teknik pengambilan gambar dilakukan dengan menentukan tempat-tempat yang menjadi target pengambilan. Untuk penentuan tempat tersebut dilakukan pemotretan, sehingga bisa dilakukan pemilihan dalam menemukan *footage* yang dicari saat produksi nanti.



Gambar 3. Pemilihan gambar di damping oleh pengelola

4. Produksi

Produksi video promosi dilakukan dari tanggal 14 – 18 Juni 2023 dengan fokus mengumpulkan *footage* video yang akan ambil di lokasi Desa Wisata Nyarai. Dalam proses produksi selalu memiliki kendala seperti: menentukan hari dan waktu pengambilan gambar dan terkendala hujan saat melakukan pengambilan gambar.



Gambar 4. Pengambilan *footage* di Desa Wisata Nyarai



Gambar 5. Jalur Nyarai

- Pengambilan gambar dalam video promosi Desa Wisata Nyarai mencakup berbagai kegiatan :
1. Pengaturan Peralatan yang dibutuhkan termasuk kamera, tripod, mikrofon dan *lighting*.
 2. Sesi pengambilan gambar dilakukan di lokasi yang telah ditentukan. Proses ini termasuk memastikan Cahaya, komposisi dan sudut pengambilan gambar optimal untuk menghasilkan gambar berkualitas.
 3. Melakukan pengambilan gambar menggunakan drone dari *high angel* untuk memberikan perspektif yang berbeda.
 4. Sesi perekaman dengan perekam suara, sebagai narator dilakukan kepada pihak pengelola Nyarai.
 5. Pengambilan *B-Roll* sebagai pendukung cerita yang telah di konsepskan. Proses tersebut mencakup detail-detail objek di Lokasi Desa Wisata Nyarai.

5. Editing



Gambar 6. Proses Editing



Gambar 7. Hasil Video Promosi

Proses editing video promosi Desa Wisata Nyarai adalah proses mencakup kegiatan sebagai Berikut:

1. Pengolahan *footage*: Memilih potongan-potongan *footage* terbaik yang akan di tampilkan dalam video.
2. Penggunaan teknik editing: Penerapan teknik-teknik editing seperti pemotongan, pengaturan urutan, penyesuaian warna, dan penambahan elemen visual seperti teks atau grafis.
3. Menyiapkan musik audio sesuai kebutuhan dalam proses pengeditan video Desa Wisata Nyarai
4. Proses transisi antara adegan untuk menjaga alur video sesuai konsep

6. Manajemen Hasil

Video promosi Desa Wisata Nyarai akan diciptakan menjadi beberapa bagian. Untuk 1 video berdurasi 2.19 menit, dan video singkat dibawah 1 menit. Untuk proses upload video dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Nyarai dengan mengatur waktu postingan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Persaingan dalam era digital di industri wisata sangat ketat, perkembangan branding Desa Wisata Nyarai melalui video promosi ini menjadi suatu langkah penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi. Melalui penggabungan kekayaan alam, tradisi dan lingkungan menjadi promosi yang mengesankan. Desa Wisata Nyarai memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi unggulan dalam peta pariwisata Sumatera Barat.

Untuk pengembangan Desa Wisata Nyarai kedepan, disegerakan untuk membuat rencana strategis jangka Panjang untuk pengembangan branding Desa Wisata. Hal ini akan membantu untuk mengarahkan Upaya promosi, serta menemukan nilai pencapaian. Lakukan penyesuaian konten dengan perkembangan tren saat ini yang berkembang di industri pariwisata. Selalu optimasi media sosial dengan memanfaatkan platform yang ada. Untuk pertimbangan kedepan Desa Wisata Nyarai bisa memonitor respons dari pengunjung, karena dapat menjadi evaluasi dalam perkembangan Desa Wisata Nyarai di waktu mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Putra Indonesia yang telah banyak membantu dan turut serta dalam pengabdian kepada masyarakat, Pokdarwis Desa Wisata Nyarai beserta pengelola wisata, dan kepada Universitas Putra Indonesia yang membantu dalam mensukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D. N., Hariadi, S., Tjahjani, F., Zuchroh, I., Lating, A., Murtiningtyas, T., & Utami, N. N. (2022). Penerapan Video Editing Berbasis Smartphone untuk Mengakselerasi Promosi Produk Unggulan Kampoeng Kajoetangan Heritage. *INSPIRASI: JURNAL ILMU-ILMU SOSIAL*, 19(1), 645–649.
- Asrita, S. (2022). Pembuatan Video Klip sebagai Media Promosi Komunitas “Ketjil Bergerak”. *Jurnal Abdimas Komunikasi dan Bahasa*, 2(1), 1-10.
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2022). Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(04), 1069-1079.
- Goenawan, J. C., Suwasono, A. A., & Salmoon, D. K. (2013). Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 9.
- Kusumayanti, D., & Wibisono, S. (2020). Pendampingan Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 171-180.



- Listyorini, H., Aryaningtyas, A. T., Wuntu, G., & Aprilliyani, R. (2022). Merintis desa wisata, menguatkan kerjasama badan usaha milik desa dan kelompok sadar wisata. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 67-74.
- Michael, T., & Narulita, L. F. (2022, August). Pembuatan Video Untuk Promosi Pariwisata Pulau Mandangin. In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 258-261.
- Nuranindya, D., Berto, A. R., & Wahyu, A. Y. M. (2023). Optimisme saat pandemi: strategi storytelling pada video promosi destinasi pariwisata super prioritas. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(2), 637-661.
- Putri, D. P., & Suminar, T. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Pada Desa Wisata "Kampung Kokolaka" Kelurahan Jatirejo Kota Semarang. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 3(2), 93-103.
- Rahman, Y. Y. (2017). Community Based Tourism Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Perdesaan: Studi Kasus Pemandu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuk Alung, Provinsi Sumatera Barat. *Journal of Science and Applicative Technology*, 1(1), 7-8.
- Razak, J., & Novianti, E. (2022). Konsep Branding Wisata Berbasis Pemasaran Digital di Desa Sirnajaya, Kabupaten Bogor. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 9(1), 1-13.
- Suherlan, H., Adriani, Y., Pah, D., Fauziyyah, I., Evangelin, B., Wibowo, L., & Rahmatika, C. (2022). Keterlibatan Masyarakat dalam Mendukung Program Desa Wisata: Studi Deskriptif Kualitatif pada Desa Wisata Melung, Kabupaten Banyumas. *BARISTA: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(1), 99-111.
- Syahriel, S. (2020). Pembuatan Video Festival Pantai Mustika Sebagai Media Promosi Wisata Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
- Triadi, D., & Darnita, C. D. (2021). Strategi Membangun Brand Image dan Promosi dengan Sosial Media pada UMKM Jawet Sama Arep. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 326-348.
- Wahyudin, R., Lubis, M. Z. M., & Anisa, A. (2023). Analisis Strategi Promosi dan Branding Perpustakaan Universitas Andalas Melalui Media Sosial. *Maktabatuna*, 5(1), 89–106.