

PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI POTENSI WISATA DI DESA
KARYAWANGI MELALUI PELATIHAN MOBILE
VIDEOGRAFI KEPADA KELOMPOK
SADAR WISATA

Asep Deni Iskandar^{1*}, I Gede Nyoman Wisnu Satyadharma², Deden Maulana³,
Marisa Astuti⁴, Agus Hakim⁵

¹⁻⁵Program Studi Multimedia, Universitas Widyatama

Disubmit: 17 Mei 2024

Diterima: 09 Agustus 2024

Diterbitkan: 01 September 2024

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i9.15265>

ABSTRAK

Desa wisata yang dibangun dengan menggunakan strategi berbasis masyarakat harus melibatkan peran serta warga. Dengan demikian, masyarakat yang tinggal di desa, seperti halnya di desa Karyawangi Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat menjadi subjek yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata. Masyarakat yang berperan langsung harus memasarkan atau mempromosikan objek yang berpotensi dapat dijadikan destinasi wisata kepada dunia luar. Salah satu media untuk mempromosikan tempat wisata melalui videografi. Permasalahan yang timbul, masyarakat di desa Karyawangi kurang terampil dalam membuat konten video yang menarik. Untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam membuat videografi yang menarik, maka diadakan pelatihan videografi. Pelatihan videografi untuk pengurus Pokdarwis ini menggunakan metode PLA dan dilaksanakan beberapa tahapan. Hasil yang didapatkan dari pelatihan ini berupa peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten videografi yang menarik untuk kebutuhan promosi desa wisata.

Kata Kunci: Pelatihan, Videografi, Promosi

ABSTRACT

Tourism villages that are built using a community-based strategy must involve the participation of residents. Thus, the people who live in the village, as is the case in Karyawangi Village, Parongpong Subdistrict, West Bandung Regency, become a very important subject in the development of a tourist village. Communities that play a direct role must market or promote objects that have the potential to be used as tourist destinations to the outside world. One of the media to promote tourist attractions through videography. The problem that arises is that the community in Karyawangi village is less skilled in creating interesting video content. To improve the community's ability to make interesting videography, videography training was held. This videography training for Pokdarwis administrators used the PLA method. The results obtained from this training are an increase in the ability of participants to create interesting videography content for the needs of tourism village promotion.

Keywords: Videography, Training, Promotion

1. PENDAHULUAN

Desa Karyawangi merupakan salah satu desa yang memiliki begitu banyak potensi wisata, selain keindahan alam, juga tentang kehidupan dan hasil budaya masyarakat. Sumber daya alam dan sumber daya manusia tersebut dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, karena menyajikan keunikan tersendiri. Keunikan yang menjadi unggulan desa dapat dibuat dengan memanfaatkan pelestarian alam dan pertanian, misalnya membentuk kampung agro wisata yang berbasis pada pengolahan hasil pertanian (Winasis, 2016); (Jubaedah, 2021).

Potensi agrowisata di desa Karyawangi dapat dilihat pada banyaknya lahan yang digarap oleh masyarakat untuk ditanami sayuran atau bunga potong. Bunga potong menjadi hasil pertanian unggulan yang dikirim ke Bandung dan Jakarta. Sebagian masyarakat memanfaatkan lahan untuk dijadikan kandang ternak oleh para peternak sapi perah. Potensi lain yang dapat dijadikan destinasi wisata, antara lain; pabrik teh peninggalan kolonial Belanda, jalur trek bersepeda di antara hamparan kebun teh untuk para penyuka sepeda *down hill*, seni budaya, dan pelaku UMKM (Hendar et al., 2022); (Rahman, 2023).

Mengacu pada data yang dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa keberagaman akan sumber daya alam dan manusia yang dimiliki desa Karyawangi dapat menjadi modal untuk pengembangan desa wisata. Semua potensi tersebut dapat dijadikan alternatif baru yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Sebagaimana dijelaskan Itah Masitah (2019) bahwa desa wisata tidak hanya mengajak wisatawan untuk menikmati keindahan alam saja, melainkan mempelajari dan mengenalkan kehidupan masyarakat pedesaan secara langsung. Wisatawan yang berkunjung ke desa wisata akan berdampak pada masyarakat lokal, terutama dalam membangun kemandirian untuk mensejahterakan kehidupannya. Kemandirian akan terbentuk melalui penyediaan jasa dan menjual produk yang diciptakan dari berbagai potensi yang dimiliki desa Karyawangi (Wahyuni, 2018).

Masyarakat di Desa Karyawangi, sampai saat ini masih mengalami berbagai permasalahan dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial. Dadang Sudayat, kepala desa (30 Januari 2024) mengungkapkan, salah satu permasalahan utama yang sering dihadapi adalah kurangnya kemampuan dalam membuat video promosi untuk kebutuhan konten sosial media yang menarik dan efektif. Sebagai akibatnya, promosi tempat wisata dan semua potensi yang dapat dikembangkan menjadi area wisata cenderung tidak efektif dan kurang menarik bagi calon pengunjung. Permasalahan lain yang dihadapi oleh masyarakat, termasuk di dalamnya pelaku UMKM di Desa Karyawangi adalah terbatasnya sumber daya. Keterbatasan sumber daya, seperti keterbatasan dana dan tenaga kerja, menjadi kesulitan untuk mempekerjakan tenaga khusus dalam membuat desain konten sosial media (Utama, 2017).

Akibatnya, mereka cenderung melakukan promosi secara manual, yang memakan waktu dan tenaga. Permasalahan terakhir yang sering dihadapi oleh masyarakat dan pelaku usaha dalam mengembangkan desa wisata di Desa Karyawangi adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya memiliki video yang menarik. Masyarakat di Desa Karyawangi perlu meningkatkan kesadaran akan potensi wisata yang dapat dikembangkan dan pentingnya memiliki kemampuan videografi untuk

meningkatkan penjualan dan daya saing dengan tempat wisata yang telah dikembangkan oleh investor yang datang dari luar.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, pelatihan pembuatan mobile video bagi masyarakat atau Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Karyawangi sangat penting. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah membuat video dengan menggunakan kamera gawai (*smartphone*) yang menarik. Hasil rekaman video yang dibuat oleh para peserta dapat dipergunakan untuk mempromosikan tempat wisata dan produk atau barang yang dihasilkan oleh UMKM. Dengan demikian, pelatihan mobile videografi ini dapat menjadi solusi bagi masyarakat, pengelola Pokdarwis, dan pelaku usaha di Desa Karyawangi untuk meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing bisnis mereka di pasar yang semakin ketat. Melalui program ini, Tim PKM Prodi Multimedia Universitas Widyatama dan Yayasan Puter Indonesia berharap dapat memberikan kontribusi positif dalam mendukung peningkatan perekonomian masyarakat desa Karyawangi melalui desa wisata.

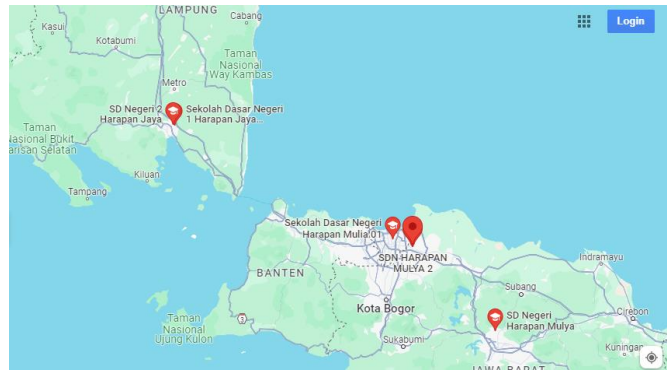
2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Beberapa permasalahan yang mendorong dilakukannya Pelatihan Mobile Videografi kepada Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Media Promosi Potensi Wisata di Desa Karyawangi ini adalah sebagai berikut:

- a. Kurangnya keterampilan dalam membuat videografi yang menarik untuk meningkatkan promosi destinasi wisata di desa Karyawangi dan sekitarnya.
- b. Minimnya pengetahuan tentang teknik videografi.
- c. Keterbatasan alat-alat untuk melakukan pengambilan gambar dengan menggunakan kamera video.
- d. Kurangnya kesadaran bahwa video yang baik dapat berpengaruh signifikan terhadap promosi dan penyampaian informasi destinasi wisata.
- e. Kurangnya akses pelatihan atau informasi yang memadai untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam pembuatan karya dengan menggunakan kamera videografi.

Dengan adanya permasalahan tersebut, masyarakat di Desa Karyawangi kesulitan menghasilkan video yang menarik untuk dipergunakan di media promosi pilihan mereka, sehingga perlu adanya pelatihan yang dapat membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam membuat video promosi yang menarik.

Bagaimana menerapkan pelatihan mobile videografi yang efektif bagi masyarakat dan calon pengelola kelompok sadar wisata di desa Karyawangi?. Bagaimana hasil pembuatan karya video yang dibuat oleh masyarakat dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi tentang tempat-tempat yang dapat dijadikan objek wisata di Desa Karyawangi?.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan PKM

3. KAJIAN PUSTAKA Teori dan Konsep Videografi,

Videografi berdasarkan etimologi terdiri dari dua kata yaitu video dan grafi. Kata video sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Latin yaitu *video-vidivisium* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan) atau dapat melihat (Kabelen, 2021). Jika merujuk pada kedua kata tersebut, videografi dapat diartikan gambar yang dilihat oleh pemirsanya. Pengertian tersebut tentunya menjadi sangat luas bahkan bisa menjadi ambigu, karena semua gambar dalam berbagai media (fotografi, lukisan, grafik) bisa dilihat secara kasat mata. Untuk membedakan dengan media lain, videografi didefinisikan media yang digunakan untuk merekam kejadian menjadi satu tayangan dalam bentuk suara dan gambar bergerak. Video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara (Suharso, 2018).

Gambar dan suara yang ditayangkan secara bersamaan menjadikan video bukan hanya bisa dilihat, tetapi sekaligus juga bisa didengar. Adanya unsur gambar dan audio pada saat ditayangkan, maka videografi sering disebut juga dengan istilah audio visual. Videografi yang berkualitas bukan perkara yang gampang, tetapi dibutuhkan keahlian dan pengetahuan yang mendalam mengenai beragam teknik, mulai dari pengambilan gambar, waktu pengambilan gambar, sampai proses pengeditan (*editing*). Proses pengambilan gambar bisa berupa peristiwa yang terjadi, objek atau tempat yang menarik, pengaturan elemen-elemen visual, sudut dan ukuran pengambilan gambar.

Proses pengambilan gambar tersebut dapat diedit sesuai kebutuhan yang proses pengeditannya dapat ditambahkan berbagai efek visual yang dibutuhkan, tambahan efek suara, teks dan sebagainya. Proses pengeditan dilakukan dimaksudkan untuk menciptakan alur cerita yang kohesif dan mengatur tempo, sehingga hasilnya enak untuk dilihat dan memberikan informasi. Berbagai macam teknis pengambilan gambar, editing hingga mengkombinasi genre agar menghasilkan tayangan baru yang menjadikan penonton terus melihat tayangan yang sudah dibuat dan menemukan pengalaman baru dengan melihat tayangan video (Kabelen, 2021). Seiring dengan perkembangan media informasi dan teknologi, videografi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kamera videografi yang menyatu dengan gawai (*smartphone*) memudahkan setiap orang untuk

merekam berbagai peristiwa (Prasetyo, 2020).

Dengan kata lain, pembuatan video yang menarik tidak hanya dilakukan oleh videografer profesional, tetapi dapat dibuat oleh siapapun. Penggunaan alat dan aplikasi yang tepat pada pembuatan video sedikit banyak berdampak pada kualitas video yang dihasilkan (A'lawiyah et al., 2021). Videografi yang dibuat oleh masyarakat dengan menggunakan kamera pada gawai, biasanya diunggah (*upload*) di media sosial, seperti; youtube, facebook, tiktok, atau instagram. Karya-karya videografi yang diunggah oleh masyarakat diperuntukan untuk menyampaikan informasi tentang peristiwa yang dialaminya atau mempromosikan produk yang dibuatnya. Adanya videografi dapat menjadi peluang bagi masyarakat untuk media promosi atau meningkatkan produktivitas destinasi wisata (Oktaviani et al., 2018).

Signifikansi dan Kontribusi Pelatihan Mobile Videografi

Pelatihan Mobile Videografi ini memiliki signifikansi yang esensial dalam beberapa aspek. Pertama, melalui pendekatan komunikasi media, pelatihan ini berkontribusi dalam memecahkan tantangan penyampaian informasi destinasi wisata di desa Karyawangi kepada masyarakat luas. Kedua, dengan mengintegrasikan pengambilan gambar, penataan artistik, teknik wawancara, dan proses pengeditan (*editing*), dapat memberikan gambaran mengenai berbagai aspek yang berkaitan dengan desa wisata di desa Karyawangi. Ketiga, penggunaan video sebagai media promosi dapat memperluas akses informasi bagi berbagai lapisan masyarakat.

Tulisan ini akan mengeksplorasi strategi penyampaian informasi dan pemasaran tempat wisata di desa Karyawangi, melalui pelatihan pembuatan videografi yang menarik dan informatif. Peserta yang ikut dalam pelatihan ini diharapkan dapat membuka wawasan baru dan membuat video promosi yang lebih efektif, sekaligus mempromosikan tempat-tempat yang dapat dijadikan destinasi wisata. Dengan terpromosikannya potensi destinasi wisata di desa Karyawangi, diharapkan dapat mempercepat terbangunnya desa wisata, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

4. METODOLOGI PENELITIAN

Pelatihan Mobile Videografi kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) untuk Pengembangan Media Promosi Potensi Wisata di Desa Karyawangi ini dilaksanakan selama satu hari yaitu pada tanggal 7 Februari 2024. Lokasi kegiatan pelatihan di SD Negeri Harapan Jaya Mulya, Desa Karyawangi, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Jumlah peserta yang ikut dalam kegiatan sebanyak 21 orang yang mewakili beberapa komponen atau organisasi kemasyarakatan, antara lain; perwakilan pemerintahan desa, pengurus PKK, Karang Taruna, Forum RW, UMKM, pengelola bumi perkemahan Trek-11, dan komunitas jeef.

Metode yang digunakan dalam pelatihan videografi untuk pengurus Pokdarwis ini menggunakan metode *participatory learning action* (PLA) dan dilaksanakan beberapa tahapan. Penerapan metode PLA dengan cara melibatkan mahasiswa pada kegiatan untuk memberikan perubahan menuju perbaikan dalam program membangun desa wisata. Metode PLA ini juga digunakan sebagai upaya untuk membangun partisipasi masyarakat dalam suatu proses pemberdayaan. Keterlibatan mahasiswa dalam pelatihan setidaknya dapat membangkitkan motivasi masyarakat. Dengan demikian,

kegiatan pelatihan videografi ini bukan hanya sekedar melatih masyarakat supaya terampil dalam membuan konten dengan menggunakan media videografi, tetapi berorientasi pada hasil berupa peningkatan perekonomian mereka. *Participatory learning action* merupakan sebuah pendekatan pemberdayaan yang memiliki keunggulan baik secara filosofis maupun nilai aksi dengan mengutamakan pada proses belajar bersama (Silmi, 2017).

Peserta yang ikut dalam pelatihan videografi untuk pengurus Pokdarwis ini berjumlah sembilan orang anggota tim PKM Prodi Desain Multimedia Universitas Widyatama yang terdiri dari lima orang dosen dan empat orang mahasiswa. Selain itu, pelatihan videografi ini juga melibatkan tim dari pemerintahan Desa Karyawangi dan masyarakat yang tergabung dalam pengurus kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sebagai peserta.

Tahap pelaksanaan kegiatan "Pelatihan Mobile Videografi kepada Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Media Promosi Potensi Wisata Desa Karyawangi" secara spesifik dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Identifikasi kebutuhan mitra: tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat calon pengurus kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di Desa Karyawangi, terkait pembuatan video untuk kebutuhan konten sosial media. Hal ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan diskusi dengan masyarakat atau calon pengurus Pokdarwis.
- b. Rencana kegiatan: berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra, dibuat rencana kegiatan pelatihan yang mencakup tujuan, sasaran, materi pelatihan, metode pelaksanaan, serta jadwal dan tempat pelaksanaan.
- c. Persiapan fasilitas dan materi pelatihan: tahap ini meliputi persiapan fasilitas seperti ruang pelatihan, peralatan dan bahan pelatihan, serta persiapan materi pelatihan yang akan disampaikan kepada peserta.
- d. Pelaksanaan pelatihan: tahap ini merupakan inti dari kegiatan pelatihan, di mana peserta diberikan penjelasan dan praktik langsung dalam membuat video untuk kebutuhan konten sosial media yang menarik dan efektif. Materi pelatihan meliputi; penentuan objek, pengambilan gambar, pemilihan teks dan suara, pengeditan (*editing*), dan cara membuat video yang menarik dan mudah dipahami.
- e. Evaluasi hasil pelatihan: tahap ini dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan dan mengukur dampaknya terhadap kemampuan peserta dalam membuat video untuk kebutuhan konten sosial media yang menarik dan efektif. Evaluasi ini dilakukan dengan cara melihat hasil yang dibuat oleh peserta, wawancara atau kuesioner kepada peserta.
- f. Tindak lanjut: hasil evaluasi akan menjadi bahan untuk melakukan tindak lanjut berupa perbaikan atau pengembangan materi pelatihan, serta memberikan saran dan masukan bagi peserta agar dapat terus meningkatkan keterampilan dalam pembuatan video yang menginformasikan destinasi wisata di desa Karyawangi untuk kebutuhan konten sosial media.

5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Tabel 1. Peserta Pelatihan

No.	Instansi dan Organisasi	Jumlah
1	Pegawai desa	6 orang
2	Pengelola Trek 11	1 orang
3	Anggota karang taruna perempuan	2 orang
4	Anggota karang taruna laki - laki	2 orang
5	Pengurus PKK	5 orang
6	Forum RW	2 orang
7	Komunitas Pengendara Katana	3 orang

Hasil yang dicapai adalah terselenggaranya kegiatan Pelatihan Mobile Videografi kepada Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Media Promosi Potensi Wisata Desa Karyawangi. Kegiatan pelatihan ini merupakan kegiatan awal dalam membangun desa wisata yang melibatkan calon anggota Pokdarwis. Calon anggota Pokdarwis tersebut terdiri dari beberapa komponen atau organisasi masyarakat. Partisipasi dari berbagai komponen desa ini menambah keragaman dan representasi dalam pelatihan. Dengan demikian, keterlibatan masyarakat tersebut akan memberikan wawasan yang lebih luas terkait pengembangan strategi promosi potensi destinasi wisata di lingkungan Desa Karyawangi dan sekitarnya. Pelatihan ini menciptakan lingkungan kolaboratif yang mendukung pertukaran ide dan pengalaman antara peserta, narasumber, dan instruktur. Berikut adalah komponen peserta yang ikut dalam pelatihan Mobile Videografi kepada Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Media Promosi Potensi Wisata Desa Karyawangi.

b. Pembahasan

Pembuatan Video Promosi Menggunakan Gawai (*Smartphone*)

Gawai atau *smartphone* yang berkembang saat ini bukan hanya untuk kebutuhan menelpon atau menerima pesan, tetapi dapat digunakan untuk merekam objek dalam bentuk fotografi atau videografi. Gawai di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Suharso;, 2018) adalah istilah lain dari *gadget* yang memiliki arti peralatan elektronik yang digunakan seluruh lapisan masyarakat setiap harinya. Kamera yang terpasang pada gawai memudahkan penggunaannya untuk merekam objek apapun yang tersaji di hadapannya atau peristiwa yang dialaminya. Kemudahan tersebut dimanfaatkan oleh penggunaannya untuk beragam kebutuhan, misalnya swafoto (*selfie*) di tempat-tempat yang dikunjunginya, merekam makanan dan minuman yang dipesan di salah satu cafe, atau merekam peristiwa yang terjadi di hadapannya, kemudian diunggah di media sosial. Sebagai contoh, peristiwa tergulingnya bus di daerah Subang yang menewaskan puluhan anak sekolah yang direkam oleh masyarakat, dapat langsung dilihat dalam hitungan menit setelah kejadian di media sosial, kemudian menjadi viral.

Media video dengan menggunakan kamera pada gawai bukan hanya untuk merekam peristiwa semata, tetapi dapat digunakan untuk kebutuhan media promosi yang dapat menyampaikan informasi,

pendidikan, serta hiburan kepada masyarakat. Informasi yang tersaji dapat disampaikan oleh pembuatnya dengan cara yang persuasif atau ajakan. Media audio visual (video) merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam menyampaikan informasi dan pembelajaran menyimak (Thresia, 2020); (Kabelen, 2021). Tujuan dibuatnya media video tentunya bervariasi, tergantung pada informasi dan audiens yang dituju. Salah satu tujuan pembuatan media video adalah mempromosikan suatu barang atau tempat usaha. Dengan kemampuannya untuk menangkap perhatian pemirsa dalam hitungan detik dan menyampaikan pesan dengan cara yang kreatif dan menarik, video menjadi sarana promosi yang tidak tergantikan dalam berbagai bisnis dan merek. Tujuan pembuatan media video tersebut disampaikan oleh Agus Hakim sebagai pemateri, dalam pelatihan (Widyastuti, 2017).

Kabelen (2021) dalam tulisannya tentang Perkembangan Videografi dari Ilmu hingga Menjadi Sebuah Profesi menjelaskan bahwa video yang menarik dari segi tampilan visualnya dapat dilakukan oleh pembuatnya melalui penggabungan berbagai macam teknis pengambilan gambar, *editing* hingga mengkombinasi genre agar menghasilkan tayangan baru sehingga penonton terus melihat tayangan yang sudah dibuat secara terus-menerus dan menemukan pengalaman baru dengan melihat tayangan video. Satyadharma sebagai pemateri menambahkan komposisi dalam hal tampilan visual. Komposisi menjadi bagian penting dalam mengatur objek pada bidang gambar, sehingga gambar enak untuk dilihat. Sebagai contoh, penggunaan jenis komposisi *rule of thirds* yang menempatkan objek utama di salah satu pertemuan tiga garis yang membagi bidang gambar.

Perkembangan media massa sekarang ini berdampak pada penayangan video. Video yang dibuat oleh masyarakat bisa dilihat pada platform daring seperti media sosial Instagram, tik tok, youtube, dan lain-lain. Melalui platform tersebut, masyarakat dapat mengunggah video dengan cepat ke seluruh dunia. Sosial media memfasilitasi setiap individu untuk dapat berkomunikasi dan berbagi informasi tanpa batas waktu dan wilayah (A'lawiyah et al., 2021). Dengan kehadiran media sosial tersebut, tentunya masyarakat yang tinggal di desa Karyawangi dapat memanfaatkan video untuk kebutuhan promosi.

Praktik Pembuatan Video

Pelatihan Mobile Videografi yang dilaksanakan bukan hanya penyampaian materi semata, tetapi harus praktik langsung. Praktik yang dilakukan oleh para peserta mulai dari tahap pembuatan ide, pengambilan gambar dan mengatur komposisi dengan menggunakan kamera gawai, serta proses pengeditan (*editing*) dengan menggunakan aplikasi *CapCut*. Aplikasi *capcut* merupakan aplikasi pengeditan gambar bergerak dalam gawai yang sangat populer di kalangan masyarakat dan mudah digunakan. Aplikasi ini dapat memungkinkan pengguna untuk melakukan *editing* video yang menarik dengan berbagai macam fitur dan juga efek visual yang mudah dimengerti (Muliyana et al., 2023).

Berdasarkan penelitian terkait, Adanya rasa ingin tahu yang besar terhadap aplikasi pembuatan video animasi dari peserta sehingga para peserta ikut aktif dalam membuat video animasi dengan menggunakan videoscribe. Hal ini didukung dengan hasil survei awal yang telah dilakukan berupa pembagian angket, 65 % guru-guru di SDN 14 kota Bima

belum pernah membuat sendiri media pembelajaran berupa video sedangkan 20% dapat membuat video pembelajaran dengan kategori rendah 15 % dapat membuat video pembelajaran kategori sedang dan 0 % dapat membuat video pembelajaran dengan kategori tinggi (Akbar, 2020).

Mengingat peran media dalam proses pembelajaran sangat penting, maka perlu dikembangkan berbagai media pembelajaran yang kreatif dan inovatif guna untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pembelajaran. Pengembangan media pembelajaran khususnya yang berbasis video perlu dilakukan agar proses pembelajaran tidak terkesan kurang menarik, monoton dan membosankan sehingga dapat menghambat terjadinya transfer ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, peran media pembelajaran dapat menjadikan proses pembelajaran menjadi lebih bervariasi dan tidak monoton sehingga dapat mengurangi rasa bosan pada diri siswa (Umihani, 2023); (Wardani, 2024).

Peserta yang ikut pelatihan ini dibagi menjadi lima kelompok. Masing-masing kelompok diberi tugas untuk membuat video promosi sederhana dengan objek yang ada di sekitar tempat kegiatan. Untuk membantu kelancaran pada saat melakukan praktek terutama proses pengeditan, masing-masing kelompok diarahkan dan dibantu proses pembuatannya oleh mahasiswa.



Gambar 2. Foto Bersama Seluruh Peserta Dan Pelaksana Kegiatan Pelatihan Mobile Videografi



Gambar 3. Pendampingan Oleh Mahasiswa Dalam Proses Pemilihan Gambar Dan Editing

6. KESIMPULAN

Potensi wisata di desa Karyawangi Kecamatan Parongpong yang begitu banyak, tentunya menjadi modal bagi masyarakat atau desa untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Desa wisata yang dikelola oleh masyarakatnya sendiri akan berdampak pada peningkatan ekonomi yang selama ini hanya menjadi penonton. Untuk mengembangkan desa wisata, tentunya masyarakatnya sendiri harus melakukan berbagai upaya, yang salah satunya melalui promosi tempat-tempat yang dapat dijadikan destinasi wisata dalam bentuk visual, baik fotografi maupun video. Gambar-gambar yang dihasilkan oleh masyarakatnya sendiri, kemudian disebarluaskan melalui beragam media sosial, sehingga menjadi viral.

Gambar berupa video yang dapat dijadikan media promosi, tentunya bukanlah perkara gampang dan diperlukan beberapa langkah yang tidak bisa dilakukan dengan singkat. Langkah yang harus dilakukan dimulai dengan membuat videografi promosi wisata dengan menggunakan kamera gawai (*smartphone*) yang menarik dan memperlihatkan informasi. Berangkat dari kebutuhan tersebut, maka diadakan pelatihan mobile videografi bagi masyarakat atau calon pengurus kelompok sadar wisata (Pokdarwis), yang akan dibentuk oleh pemerintahan desa Karyawangi. Tujuan dilaksanakan pelatihan atau program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan promosi desa wisata di desa Karyawangi. Dengan cara ini, karya videografi yang dihasilkan dengan menggunakan kamera gawai, diharapkan dapat menjadi pemicu dan terinformasikannya seluruh tempat wisata khususnya yang dikelola oleh masyarakat.

7. DAFTAR PUSTAKA

- A'lawiyyah, I., Wibisono, N., & Hardiyanto, N. (2021). Proyek Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Brand Awareness Kreuz Bike Indonesia di Instagram. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12, 1316-1320. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2932>
- Akbar, M. R., Hakim, A. R., & Haris, A. (2020). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Video Dengan Videoscribe Untuk Mengoptimalkan Pembelajaran Berbasis 4.0. *Darmabakti: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 51-57.
- Hendar, H., Sujatna, M. L., Zuraida, I., Heryono, H., & Aryanti, M. L. (2022). Creating Village Website as a Supporting Medium for Promoting Tourism and Disseminating Information. *Jurnal Inovasi Masyarakat*, 2(1), 58-69. <https://doi.org/10.33197/jim.vol2.iss1.2022.869>
- Itah Masitah. (2019). Pengembangan Desa Wisata Oleh Pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(3), 45.
- Jubaedah, S., & Fajarianto, O. (2021). Model pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal sebagai strategi peningkatan ekonomi masyarakat di desa cupang kecamatan gempol kabupaten cirebon. *Abdimas Awang Long*, 4(1), 1-12.
- Kabelen, N. W. (2021). Perjalanan Dan Perkembangan Videography Dari Ilmu Hingga Menjadi Sebuah Profesi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 4(2), 79. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v4i2.600>
- Masitah, Itah. (2019). Pengembangan Desa Wisata Oleh Pemerintah Desa

- Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(3), 45.
- Muliyana, D., Murni, A., & Saragih, S. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok dan Capcut Sebagai Media Pembelajaran Berbasis IT. *Semnasa*, November 2023, 896-902.
- Oktaviani, F., S, Y. S., Rahmawati, D., & Susana, E. (2018). Pemanfaatan Videografi Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Agrowisata Grace Rose Farm - Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(12614-6711), 136-141. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/3117>
- Prasetyo, A., Sujana, I. W., Ratna Cora Sudharsana, T. I., Wahyudi, E., Ranu Wicaksono, A., Peradantha, I. B. G., ... & Gigih Prasisko, Y. (2020). *Kreativitas & Kebangsaan: Seni Menuju Paruh Abad Xxi-36* Prosiding Seminar Dies Natalis Ke-36 Isi Yogyakarta.
- Rahman, F. (2023). *Jejak rasa nusantara: sejarah makanan Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Silmi, A. F. (2017). Participatory Learning And Action (Pla) Di Desa Terpencil: Peran LSM PROVISI Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat di Lubuk Bintialo, Sumatra Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 1(1), 97. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.011-05>
- Suharso; (2018). *KBBI*. Widya Karya.
- Thresia, F., & Rasmana, B. (2020). *Jurnalistik Dasar Untuk Pemula*. Pen Fighters.
- Umihani, U., Nurwahidin, M., Pujianti, P., & Riswandi, R. (2023). Pengembangan Bahan Ajar Model Discovery Learning Menggunakan Media Digital di SMA N 1 Terbanggi Besar. *Jurnal Teknologi Pendidikan: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, 8(1), 164-172.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.
- Wahyuni, D. (2018). Strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata Nglanggeran, Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 83-100.
- Wardani, N. F. D. R., Rudyanto, H. E., & Sholikah, O. H. (2024). Penggunaan Media Wordwall sebagai Alternatif pada Pembelajaran IPAS. *Prosiding Konferensi Ilmiah Dasar*, 5, 750-756.
- Widyastuti, S. (2017). Manajemen komunikasi pemasaran terpadu: Solusi menembus hati pelanggan.
- Winasis, A., & Setyawan, D. (2016). Efektivitas program pengembangan desa wisata melalui kelembagaan dalam peningkatan sumber daya alam (SDA). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 5(2).