

Pembuatan Video Pariwisata sebagai Sarana Promosi Wisata di Desa Kunyi

Andi Solihin¹, Iqbal Nur Aswad²

Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar¹

Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar²

solihin.kwu21@itbmpolman.ac.id¹, iqbal@itbmpolman.ac.id²

Abstrak

Indonesia, sebagai negara kepulauan, memiliki kekayaan alam yang meliputi laut, pantai, matahari, dan daratan. Jika dikelola dengan baik, sumber daya ini dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi negara. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi di era modern ini, banyak sektor yang mulai menggunakan media promosi yang lebih kreatif, informatif, dan menarik. Dalam rangka mendongkrak promosi pariwisata, pemerintah setempat, terutama Kepala Desa Kunyi, juga berupaya meningkatkan pengelolaan destinasi wisata agar menjadi tempat wisata yang berkualitas. Sebagai bagian dari program KKN Tematik yang bekerja sama dengan pemerintah, kami berperan untuk mengembangkan strategi dan inovasi guna mempromosikan potensi wisata yang ada di Desa Kunyi. Oleh karena itu, kami membuat video promosi untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata tersebut dengan destinasi lainnya.

Kata kunci: Pengembangan Wisata, Promosi Wisata, Strategi dan Inovasi

Korespondensi Email : solihin.kwu21@itbmpolman.ac.id

Diterima Redaksi : 12-08-2024 | **Selesai Revisi** : 25-09-2024 | **Diterbitkan Online** : 30-09-2024

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya karena memiliki berbagai sumber daya alam, seperti laut, matahari, pantai, dan daratan. Jika dikelola dengan tepat, sumber daya ini bisa memberikan manfaat ekonomi yang besar bagi negara. Salah satu cara pemanfaatannya adalah dengan mengembangkan kawasan tersebut menjadi destinasi wisata. Pariwisata tetap menjadi sektor andalan bagi pemerintah Indonesia hingga saat ini, mengingat sektor ini berpotensi besar dalam meningkatkan pendapatan negara melalui kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara. Fenomena ini dapat terlihat dari banyaknya wisatawan, baik domestik maupun internasional, yang mengunjungi berbagai daerah di seluruh Nusantara.

Daerah yang memiliki sumber daya alam yang kaya dan unik diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah. Terlebih lagi, dengan diterapkannya otonomi daerah, setiap kabupaten atau kota diharapkan mampu berdiri sendiri secara ekonomi. Salah satu indikator keberhasilan pelaksanaan otonomi adalah kemampuan daerah dalam mengelola keuangan, yang mencakup kewenangan untuk menggali, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya keuangan yang cukup untuk membiayai jalannya pemerintahan (Halim, 2001).

Kita tahu bahwa sektor pariwisata sangat berperan dalam pembangunan nasional, sebagai tambahan sumber penghasil devisa, meratakan dan meningkatkan kesempatan kerja serta pendapatan masyarakat. Pajak pembangunan yang diperoleh dari sektor ini telah menjadi tumpuan dalam pendapatan asli daerah (PAD).

Pembangunan pada dasarnya bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya guna meningkatkan kesejahteraan, sehingga pengembangan sektor pariwisata menjadi salah satu cara untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Program utama Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata mencakup enam kegiatan utama, yaitu pengembangan pasar dan informasi pariwisata, promosi pariwisata internasional, promosi pariwisata domestik, peningkatan citra Indonesia, peningkatan minat khusus seperti konvensi, insentif, dan acara, serta dukungan dalam manajemen dan tugas teknis lainnya terkait pemasaran pariwisata. Salah satu strategi untuk memasarkan destinasi wisata yang ada adalah melalui branding dan promosi.

Promosi merupakan sebuah usaha atau sarana komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan produk tertentu agar dikenal dan menarik perhatian masyarakat. Dengan kemajuan teknologi di era modern ini, berbagai sektor mulai menyampaikan informasi melalui media promosi yang kreatif, informatif, dan menarik. Dalam upaya meningkatkan promosi pariwisata, pemerintah setempat, dalam hal ini Kepala Desa Kunyi, juga berusaha untuk memperbaiki pengelolaan destinasi wisata yang ada, sehingga dapat menjadi destinasi wisata yang berkualitas.

Pengembangan desa wisata yang telah dilaksanakan perlu didukung oleh berbagai konsep persiapan, mulai dari penguatan nilai destinasi, peningkatan kesadaran wisata berbasis komunitas, hingga peningkatan keterampilan khusus. Hal ini penting untuk meningkatkan promosi wisata berbasis digital, yang kini menjadi tren dalam perkembangan ekonomi di era *industri*.

Saat ini, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana cara memasarkan sumber daya yang telah ada sebagai destinasi wisata kepada masyarakat atau konsumen, agar mereka tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Kita mengetahui bahwa objek wisata dan fasilitas pariwisata memiliki peran yang sangat penting bagi suatu daerah atau kabupaten/kota. Salah satu perannya adalah menyediakan ruang publik untuk kegiatan rekreasi, hiburan, dan olahraga santai. Selain itu, objek wisata juga memberikan peluang kerja dan kesempatan berbisnis di sektor pariwisata bagi masyarakat sekitar, mencakup berbagai sektor seperti perdagangan, transportasi, hiburan, jasa, telekomunikasi, dan lainnya.

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh kelompok sadar wisata di Desa Kunyi, di antaranya adalah kurangnya pemahaman dalam mengelola potensi yang ada sehingga tidak memiliki nilai atau merek yang kuat, rendahnya kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan potensi lokal, serta belum adanya strategi yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan. Sebagai peserta KKN Tematik, kami berperan penting untuk meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan strategi dan inovasi untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di Desa Kunyi. Oleh karena itu, kami mengambil langkah dengan membuat video promosi agar destinasi wisata ini dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kunyi dilakukan dalam tiga tahap, yaitu:

- 2.1. Pada tahap awal pengembangan strategi promosi pariwisata, kami melakukan observasi langsung dan identifikasi masalah secara sistematis untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh mitra, dengan tujuan untuk memberikan solusi inovatif yang dapat meningkatkan kesadaran serta minat pengunjung terhadap destinasi wisata tersebut.
- 2.2. Tahap pelaksanaan adalah tahap kedua yang penting, di mana kami bersama kelompok sadar wisata Desa Kunyi akan mengadakan diskusi mendalam untuk merancang strategi promosi yang efektif, melakukan pemetaan objek wisata secara sistematis, serta membuat video yang menyeluruh untuk semua destinasi wisata di Desa Kunyi. Kegiatan ini berfokus pada pembuatan konten digital yang inovatif melalui platform YouTube dan Instagram.



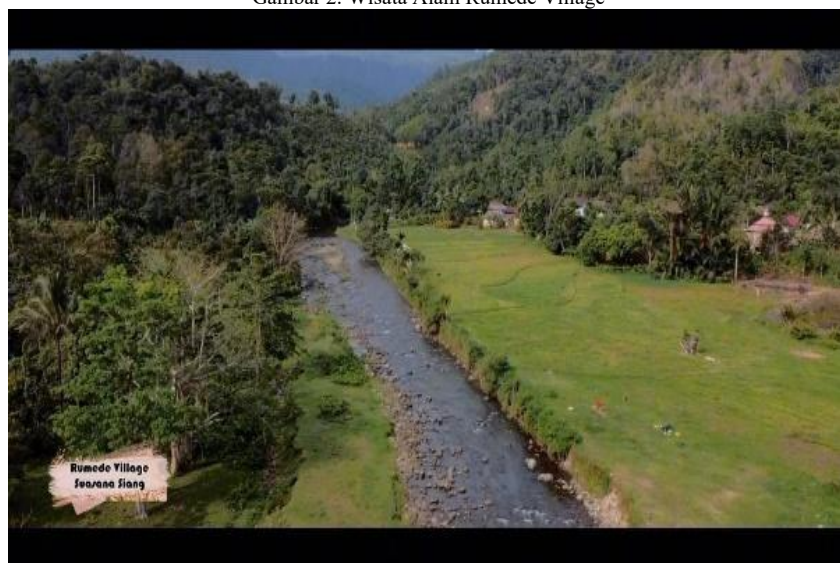
Gambar 1. Proses diskusi dengan pihak pengelola wisata Desa Kunyi

- 2.3. Tahap terakhir dalam pengembangan strategi promosi pariwisata Desa Kunyi meliputi pembuatan konten yang kreatif dan menarik, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran serta minat wisatawan, baik domestik maupun internasional, agar mereka tertarik untuk menikmati keindahan alam dan kearifan lokal yang ada.

3. Hasil dan Pembahasan

Saat ini, banyak perusahaan atau lembaga yang memanfaatkan media video digital sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan melakukan promosi. Video digital dianggap sebagai media yang lengkap karena menggabungkan elemen-elemen visual, gerak, suara, gambar, dan musik dalam satu kesatuan, yang dikenal sebagai multimedia. Pengembangan adalah proses peningkatan kemampuan teoritis, teknis, moral, dan konseptual melalui penelitian dan pendidikan, yang disesuaikan dengan kebutuhan saat ini atau di masa depan. Video digital terdiri dari serangkaian gambar digital yang ditampilkan secara cepat dengan kecepatan konstan, yang dalam konteks video disebut frame. Berikut adalah beberapa contoh cuplikan video wisata:

Gambar 2. Wisata Alam Rumed Village



Gambar 3. Rumed Gazebo Bata-Bata



Gambar 4. Wisata Alam Patipo



Gambar 5. Wisata Alam Lembah Tottong



Gambar 6. Wisata Alam Alla-Alla



Gambar 7. Wisata Alam Puncak Kunyi

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang kami lakukan sebagai bagian dari program yang kami tawarkan kepada kelompok sadar wisata bertujuan untuk membantu pengelola destinasi wisata dalam mempromosikan tempat wisata tersebut. Dalam kegiatan ini, kami, sebagai peserta KKN Tematik ITBM Polman, melakukan pengambilan video digital yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial seperti YouTube, Facebook, TikTok, dan Instagram. Proses pembuatan video promosi desa wisata dilakukan dengan mengunjungi lokasi secara langsung untuk pengambilan gambar dan wawancara. Pengambilan gambar menggunakan berbagai perangkat, seperti kamera ponsel, kamera SLR, dan drone.

Promosi dapat diartikan sebagai usaha atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk agar dikenal oleh publik dan menarik perhatian mereka. Dengan kemajuan teknologi di era modern ini, banyak sektor yang menyampaikan informasi melalui media promosi yang kreatif, informatif, dan menarik. Berbagai media promosi telah dikembangkan oleh instansi terkait dan pengelola swasta, namun sebagian besar masih berbentuk media cetak, yang memiliki keterbatasan dalam penyebaran informasi dan tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan utama dalam promosi wisata. Bahkan, beberapa acara tahunan diselenggarakan untuk meningkatkan sektor pariwisata desa. Namun, meskipun berbagai upaya telah dilakukan, jumlah wisatawan yang datang belum mencapai target yang diinginkan. Oleh karena itu, kami merasa perlu untuk berinovasi dengan memanfaatkan media terbaru dalam promosi pariwisata. Inovasi ini berupa konten audio visual yang dikemas secara kreatif dan menarik, serta didukung oleh beberapa media tambahan untuk mempromosikan wisata di Desa Kunyi.

Mempromosikan destinasi pariwisata tidak hanya sekedar membuat video yang merekam keadaan sekitar, tetapi juga harus disajikan dengan kreativitas dan inovasi, sehingga dapat menambah daya tarik bagi calon wisatawan. Oleh karena itu, fokus utama dalam promosi wisata yang akan dituangkan dalam konten adalah :

- 1) Keunikan destinasi wisata di Desa Kunyi menjadi fokus utama sebagai daya tarik, dengan mengedepankan potensi alam yang luar biasa, menawarkan pesona alam yang memukau, dan menarik minat mereka yang mencari petualangan serta keindahan yang tiada habisnya.
- 2) Atraksi wisata serta kondisi sosial dan budaya lokal diharapkan dapat menjadi daya tarik unik yang bisa dinikmati oleh para calon pengunjung.
- 3) Inovasi dalam objek wisata berkaitan dengan kreativitas dalam pengelolaan destinasi, yang bertujuan untuk menampilkan keindahan alam yang eksotis sebagai permata tersembunyi. Destinasi ini menawarkan pemandangan yang memukau, petualangan seru yang menantang adrenalin, serta keunikan yang tak terhitung yang dapat memikat hati pengunjung.

Itulah beberapa upaya yang kami lakukan dalam rangka membantu para kelompok pokdarwis dalam mengembangkan dan mempromosikan wisata mereka masing masing.

4. Kesimpulan

Sebagai bagian dari program KKN Tematik ITBM POLMAN, kami berfokus pada pengembangan strategi promosi pariwisata di Desa Kunyi. Kami membantu pengelola wisata menciptakan konten media sosial yang menarik untuk memperkenalkan potensi wisata lokal, meningkatkan kesadaran, dan minat wisatawan. Dengan langkah ini, kami siap mendukung kelompok Pokdarwis dalam memperkenalkan keindahan Desa Kunyi kepada dunia. Melalui program ini, kami berharap dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perekonomian masyarakat Desa Kunyi. Dengan memperkuat sektor pariwisata lokal, masyarakat dapat

memanfaatkan potensi alam, budaya, dan tradisi mereka secara optimal. Kolaborasi antara mahasiswa, pengelola wisata, dan komunitas lokal menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan ini. Selain itu, program ini tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat untuk memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam mengelola sektor pariwisata secara mandiri. Dengan menyediakan pelatihan dan bimbingan, kami berharap kelompok Pokdarwis dapat terus melanjutkan inisiatif ini bahkan setelah program KKN berakhir. Kami percaya bahwa pariwisata bukan hanya tentang menarik pengunjung, tetapi juga tentang membangun identitas desa dan mempererat hubungan antaranggota masyarakat. Dengan semangat kebersamaan, Desa Kunyi memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata yang dikenal luas, sekaligus memberikan manfaat nyata bagi warganya. Melalui kerja sama dan komitmen bersama, kami optimis bahwa Desa Kunyi akan mampu bersinar sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di wilayah ini. Kami berharap langkah-langkah yang telah dilakukan dapat menjadi pondasi yang kuat untuk pengembangan desa yang berkelanjutan.

5. Ucapan Terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusinya dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, dengan judul "Pembuatan Video Pariwisata sebagai Sarana Promosi Wisata di Desa Kunyi." Tanpa bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan sukses.

Ucapan terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada:

1. Dosen Pembimbing KKN, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama pelaksanaan KKN ini.
2. Pemerintah Desa Kunyi, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan KKN di desa ini. Terima kasih atas kerjasama dan sambutan hangat dari masyarakat Desa Kunyi.
3. Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Desa Kunyi, yang telah aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan pelatihan dan pengembangan produk UMKM. Terima kasih atas dedikasi dan semangat yang ditunjukkan dalam proses pembuatan produk Gula Cair Palla dan Baje Kacang.
4. Seluruh masyarakat Desa Kunyi, yang turut mendukung kegiatan ini dan memberikan kesempatan bagi kami untuk belajar dan berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal.
5. Tim KKN yang telah bekerja keras dan berkolaborasi dengan penuh semangat untuk menjalankan program ini dengan sukses.

6. Daftar Rujukan

- Ernawati, Elham Maulana, dan Putri Prabu Utami. "Perancangan Video Promosi Wisata Roro Kuning di Kota Nganjuk
- Indiyati, D., Khusnia, H.N., dan Chotijah, S. 2020. Optimalisasi Gerakan Sadar Wisata melalui Produksi Video Promosi Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 603- 609.
- Indiyati, D., Khusnia, H.N., dan Chotijah, S. 2020. Optimalisasi Gerakan Sadar Wisata melalui Produksi Video Promosi Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 603- 609.
- Jurnal Padma: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Piksi Ganesha. (2021). Vol. 01, No. 01. (link unavailable) (p- ISSN: 2797-6394, e-ISSN: 2797-3905)*
- Maliq, A. A., Adriansyah, M. A., Pramana, D., Safari, C., & Khairullah, K. (2022). Pembuatan Video Pariwisata Sebagai Sarana Promosi Dan Pengenalan Wisata Yang Ada Di Kota Bengkulu. *JUKOMIKA (Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika)*, 5(2), 91-97.
- Maliq, A. A., Adriansyah, M. A., Putra, D. P., Safari, C., & Khairullah. (Tahun). Pembuatan Video Pariwisata Sebagai Sarana Promosi Dan Pengenalan Wisata Yang Ada Di Kota Bengkulu.
- Morgana, D.A., Rizal, S.H., Bilankawa, F., Ramadhian, A. 2019. Strategi Video Kreatif melalui Media Sosial sebagai Penguat Promosi Desa Wisata Rotan Trangsan. *Jurnal CAPTURE*, 10(2):1-12
- Nugraha, Y. E. (Tahun). *Sosialisasi Sadar Wisata Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Fatukoto. Politeknik Negeri Kupang.*
- Setiawan, I. (Tahun). *Potensi Destinasi Wisata di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi. Universitas Pendidikan Indonesia.*
- Sofia, L.A., Hidayat, A.S., dan Zain, M.A. 2020. Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 5(2):133-143.