

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PERANCANGAN VIDEO PROFILE DESA PENGIANGAN, BANGLI

Ni Komang Putri Apriliani^{*)}, Putu Ayu Titha Paramita Pika
Universitas Pendidikan Nasional
putapriliana079@gmail.com

ABSTRACT

Pengiangan Village is a village located in Susut District, Bangli Regency. Pengiangan Village has tourism potentials such as its natural beauty. Most of the people in Pengiangan Village are craftsmen, even though the community has not been able to fully explain these results. Apart from that, the culture in Pengiangan village is very unique, one of which is when a tradition takes place it is forbidden to wear red clothes. The Tourism Village is also owned by this village which is named Toya Mampa. Even though it has natural beauty, Pengiangan Village not many residents or tourists know about the village. As one of the efforts to introduce Pengiangan Village, a video profile of Pengiangan Village was made with local residents assisted by Community Service Students which aims to promote Pengiangan Village so that tourists are interested in visiting to enjoy and maintain the natural beauty that is there. Video profile publication is done through social media

Keywords: *potensi, branding, social media, videos*

ABSTRAK

Desa pengiangan merupakan desa yang berlokasi di Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli. Desa pengiangan mempunyai potensi-potensi wisata seperti keindahan alamnya. Sebagian besar masyarakat yang ada di Desa Pengiangan adalah pengerajin, meskipun demikian masyarakat belum mampu secara maksimal untuk memaparkan hasil tersebut. Selain itu, kebudayaan yang ada di desa Pengiangan sangat unik, salah satunya ketika sebuah tradisi berlangsung dilarang mengenakan pakaian berwarna merah. Desa Wisata juga dimiliki oleh desa ini yang diberi nama Toya Mampah. Walaupun memiliki keindahan alam namun Desa Pengiangan belum banyak warga atau wisatawan yang tau mengenai desa tersebut. Sebagai salah satu upaya memperkenalkan Desa Pengiangan, dilakukan pembuatan video *profile* Desa Pengiangan dengan warga setempat dibantu oleh Mahasiswa KKN yang bertujuan untuk mempromosikan Desa Pengiangan agar wisatawan tertarik untuk berkunjung untuk menikmati dan menjaga keindahan alam yang ada disana. Publikasi video *profile* dilakukan melalui media social.

Kata kunci: *potensi, pemasaran, media sosial, video*

PENDAHULUAN

Teknologi merupakan suatu inovasi yang diciptakan untuk mempermudah atau membantu kehidupan manusia. Menurut Effendi (2019) Teknologi merupakan sarana yang digunakan untuk menyediakan hal-hal yang dibutuhkan untuk kelangsungan dan juga kenyamanan hidup manusia. Teknologi informasi yang sudah sangat berkembang pada industri kreatif, salah satunya adalah pada bidang multimedia dimana sangat dibutuhkan karena membantu dalam kehidupan manusia. Multimedia adalah kombinasi antara teknologi *computer* dan video. Secara umum multimedia merupakan kolaborasi elemen gambar, suara dan teks. Multimedia merupakan kombinasi antara paling sedikit dua elemen yang dapat berupa audio, video, teks, dan gambar, Marjuni (2019). Multimedia merupakan hal yang memiliki peranan penting dalam menunjang penyediaan informasi secara cepat dan mudah dalam menghasilkan sesuatu yang menarik dan kreatif. Multimedia dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal, salah satunya adalah untuk melakukan *branding* sebuah produk ataupun jasa. Penyampaian informasi melalui media dapat melalui berbagai hal dan memiliki kelebihan tersendiri, contohnya ialah melalui media video. Video merupakan salah satu media sebagai penyampaian informasi dengan menggabungkan teknologi dengan visual secara Bersama untuk dapat menjadi sebuah tayangan yang memberikan informasi dan menarik.

Sebagai salah satu destinasi pariwisata yang sangat diminati oleh turis domestik maupun manca negara adalah Pulau Bali. Bali terus secara gencar melakukan promosi dan *branding* atas keindahan alam dan budaya yang dimiliki yang merupakan hal yang menjadi daya tarik wisatawan. Bali memiliki keindahan alam dan budaya yang beragam, bahkan masih banyak keindahan alam Bali yang tidak diketahui oleh banyak orang. Masih banyak desa-desa terpencil di Bali yang memiliki potensi wisata yang tinggi namun belum diketahui oleh banyak orang. Pemerintah Bali sudah berusaha melakukan pembangunan secara merata agar seluruh wilayah dapat maju dan mengembangkan potensi yang dimiliki. Potensi wisata merupakan salah satu potensi yang selalu berusaha dikembangkan pemerintah melihat keadaan Bali yang merupakan salah satu destinasi wisata favorite. Perkembangan teknologi multimedia menjadi salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk megembangkan atau membangun *branding* sebuah kawasan wisata. Pemasaran melalui media online akan mempermudah proses pengembangan sebuah destinasi wisata agar dapat diketahui oleh wisatawan.

Video *profile* merupakan salah satu video yang dapat digunakan untuk membangun sebuah *branding* dan mempromosikan suatu hal. Pada era yang serba online ini masyarakat sangat membutuhkan video *profile* untuk mem-*branding* suatu desa. Video *profile* desa adalah video yang menayangkan gambaran umum suatu desa yang terdapat di masyarakat, potensi yang dimiliki, mata pencaharian sebagian besar masyarakat disana, dan keindahan desa. Melalui media pembuatan video *profile* dapat dijadikan media promosi tentang potensi dan keindahan yang dimiliki suatu kawasan. Di zaman sekarang ini, video *profile* desa dibutuhkan untuk berbagai keperluan, antara lain pemetaan potensi desa, *branding* desa, dan program sosialisasi. Seringkali pihak pemerintahan desa mengalami kesulitan dalam pembuatan video *profile* tersebut. Video *profile* desa dalam bentuk video sangat efektif dalam penyampaian informasi daerah.

Desa pengiangan adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali. Desa ini memiliki 4 dusun atau banjar, yakni : Dusun Pengiangan Kangin, Dusun Pengiangan Kawan, Dusun Songlandak, dan Dusun Selatnyuan. Desa ini terbentuk pada tahun 2008 dari pemekaran Desa Sulahan. Desa Pengiangan memiliki tanah yang subur, dan sebagian besar tanah desa digunakan oleh penduduk setempat sebagai sawah untuk menanam padi. Desa ini memiliki potensi alam yang luar biasa terutama dibidang ekonomi dan wisata. Wisata

adalah perjalanan yang dilakukan seseorang maupun berkelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Potensi wisata yang ada di Desa Pengiangan yaitu wisata Penglukatan Toya Mampah. Selain itu, potensi perekonomian masyarakat di Desa Pengiangan cukup besar, antara lain pertanian, pembuatan kue, dan pengrajin besek. Namun, potensi-potensi tersebut masih dilakukan secara tradisional dengan alat yang sederhana, pengelolaan yang sederhana dan sistem pemasaran yang belum optimal sehingga masih sangat memungkinkan untuk dikembangkan. Potensi-potensi yang dimiliki Desa Pengiangan dapat dijadikan sebagai sebuah daya tarik karena masih bersifat tradisional dan memiliki keunikan yang belum tentu dapat ditemukan di tempat lain, namun kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai perkembangan teknologi membuat potensi tersebut tidak dapat dikembangkan untuk dijadikan daya tarik wisata.

Potensi-potensi yang ada di Desa Pengiangan tersebut membuat penulis sebagai mahasiswa KKN berinisiatif untuk memperkenalkan Desa Pengiangan dengan berbagai potensi dan keragaman budaya yang dimilikinya dalam bentuk video *profile* desa yang sekaligus menjadi program kerja pada kegiatan KKN ini. Video profile ini dibuat untuk mempromosikan potensi Desa Pengiangan agar dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga berdampak positif bagi perkembangan dan kemajuan. Selain itu, dengan adanya video *profile* Desa Pengiangan diharapkan dapat menarik perhatian pemerintah Kabupaten Bangli untuk bisa meningkatkan pembangunan di Desa Pengiangan. Perangkat desa yang ada di Desa Pengiangan sudah mengetahui bahwa mereka memerlukan sebuah media yang dapat digunakan sebagai dokumentasi dari potensi-potensi yang dimiliki desa dan juga membuat ekspose menggunakan media video. Media video ini bersifat efektif dan juga tidak memerlukan biaya yang tinggi dalam pembuatannya. Media ini sangat efektif dan hemat biaya karena saat ini penggunaan teknologi digital sangat mudah dilakukan oleh masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam melaksanakan program kerja ini dengan melalui beberapa tahapan. Tahap-tahap yang dilakukan sebelum melakukan pembuatan video *profile* desa yaitu penulis melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan perangkat desa dan mengenal potensi yang dimiliki oleh Desa Pengiangan. Kemudian melakukan diskusi mengenai konsep video seperti apa yang ingin dibuat. Setelah mengetahui konsep video dan potensi mengenai Desa Pengiangan, lalu dilanjutkan dengan pengambilan video *profile* desa. Tahap terakhir yaitu pengeditan video dengan memasukan visual efek dan musik agar menjadi video yang menarik perhatian masyarakat luar. Pihak Desa sangat mengapresiasi dan mendukung terkait dengan pembuatan video *profile* desa yang akan dilaksanakan untuk meningkatkan *brand awareness* dan memperkenalkan desa melalui konten yang kreatif.

Tabel 1.

Metode Pelaksanaan

No.	TAHAPAN	DESKRIPSI
1.	Koordinasi pembuatan video branding	Pada tahapan ini berisikan mengenai koordinasi kepada perangkat Desa Pengiangan bahwa saya selaku mahasiswi KKN melalui program kerja pembuatan video <i>profile</i> desa yang bertujuan untuk membranding potensi-

No.	TAHAPAN	DESKRIPSI
		potensi yang dimiliki oleh desa guna kepentingan publikasi desa kedepannya agar semakin dikenal oleh masyarakat luar dan diminati wisatawan asing.
2.	Diskusi mengenai konsep	Kegiatan ini dilakukan setelah kegiatan koordinasi dengan perangkat desa. Penulis memikirkan konsep yang mampu mempresentasikan apa saja yang terdapat di Desa Pengiangan.
3.	Pengambilan Video	Proses pengambilan video, berdasarkan konsep yang sudah dibuat. Tahap ini juga termasuk kegiatan merekam <i>footage</i> kegiatan yang dilakukan di desa, UMKM, kebudayaan, wisata dan materi yang diperlukan. Alat yang digunakan untuk merekam hanya menggunakan <i>handphone</i> tipe Iphone 12 agar menghasilkan video yang jernih.
4.	Pengeditan Video	Menentukan pengeditan menggunakan aplikasi VN. Pada bagian ini, bagian yang dianggap tidak diperlukan dapat dihilangkan dari video dan juga dapat dilakukan penambahan animasi, efek suara atau hal lainnya untuk membuat vide lebih menarik.
5.	Penguploadan ke media <i>partner</i>	Melakukan kerja sama promosi dan publikasi online mengenai hasil video yang telah dibuat agar lebih diketahui oleh masyarakat luas. Media <i>partner</i> yang akan diajak kerja sama yaitu Sirah Bali Info. Sirah Bali Info memberikan ketentuan dengan mengajak 10 orang untuk memfollow akunnya tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian kepada masyarakat setelah dilakukan pembuatan video *profile* dan pengunggahan pada media *partner* melalui media sosial, Desa Pengiangan lebih banyak diketahui oleh masyarakat dan potensi wisata yang dimiliki mulai diperhatikan, dikelola dan dikembangkan. Pihak pengelola desa maupun pemerintah mulai lebih memperhatikan potensi-potensi yang dimiliki sehingga potensi tersebut dikelola secara efektif dan masyarakat juga dapat lebih memanfaatkan teknologi media sosial khususnya melalui multimedia dalam melakukan *branding* terhadap potensi wisata yang ada di desanya.

Adapun pembahasan lebih lengkap mengenai metode pelaksanaannya sebagai berikut:

Pada tahap awal dilaksanakan koordinasi dengan perangkat desa, bahwasannya penulis selaku mahasiswa KKN akan membuat video *profile* desa yang bertujuan untuk memperkenalkan Desa Pengiangan agar tidak tertinggal dengan perkembangan teknologi yang ada. Dalam kegiatan ini dilakukan pembahasan mengenai hal apa saja yang menjadi potensi ataupun bagian tempat yang perlu *branding*. Pembahasan dilakukan kurang lebih selama 30 menit dengan arahan yang telah diberikan oleh bapak sekretaris desa.

Gambar 1.
Koordinasi Kepada Perangkat Desa



Sebelum pengambilan video adapun tahapan berikutnya adalah pembuatan konsep mengenai video *profile* desa dan cara pengambilan video. Pembuatan video harus direncanakan secara matang dengan menentukan lokasi pembuatan video, lagu yang ingin digunakan dalam pengeditan, dan video harus disesuaikan dengan target market yang diinginkan

Gambar 2.
Diskusi mengenai konsep



Teknik pengambilan video dengan menggunakan *handphone* tipe *iphone 12* agar menghasilkan video yang jernih dan memudahkan pada saat pengeditan video. Pada awal video memperkenalkan keadaan Desa Penganan yang sangat asri dan hijau. Suasana desa yang kaya akan keindahan alamnya sangat wajib untuk diperlihatkan kepada masyarakat luar.

Gambar 3.
Pengambilan video suasana desa



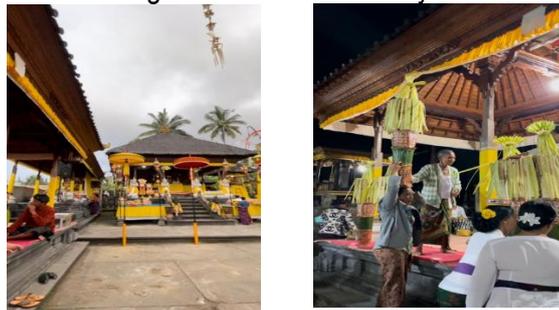
Video selanjutnya terdapat kegiatan yang dilakukan sehari-hari masyarakat Desa Pengiangan yaitu membuat besek dari bambu. Hampir sebagian besar masyarakatnya bekerja di sektor pengrajin besek. Bahkan anak-anak yang berusia 8 tahun sudah pandai membuat kerajinan tersebut karena tak dapat dipungkiri keahlian yang dimiliki orang tua akan menurun kepada anak-anaknya.

Gambar 4.
Pengambilan video UMKM pengrajin besek



Pengambilan video selanjutnya di isi dengan kebudayaan-kebudayaan yang terdapat di Desa Pengiangan. Kentalnya kebudayaan yang ada di daerah ini memberikan ciri khas tersendiri terhadap Desa Pengiangan. Seluruh masyarakatnya berperan aktif dalam membantu antara satu dengan yang lainnya untuk menjalankan kegiatan-kegiatan kebudayaan di Desa.

Gambar 5.
Pengambilan video kebudayaan



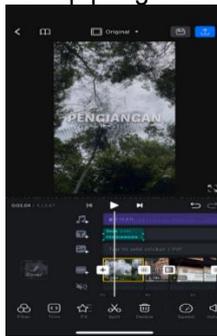
Tidak kalah unggul dengan desa wisata lainnya, Desa Pengiangan juga memiliki tempat wisata Penglukatan Toya Mampah yang berpotensi untuk desa kedepannya, penjaga tempat wisata ini sangat mendukung dengan adanya pengambilan video di Penglukatan Toya Mampah karena masih jarang masyarakat ataupun wisatawan asing yang mengetahui daerah ini.

Gambar 6.
Wisata penglukatan toya mampah



Tahap editing adalah tahap yang sangat penting dalam proses pembuatan video. Pada pembuatan video profile Desa pengiangan penulis menggunakan aplikasi VN untuk mengedit, aplikasi VN sangat mudah digunakan untuk mengedit potongan-potongan video menjadi sebuah video yang menarik untuk diperlihatkan. Langkah pertama untuk memulai editing video adalah dengan memasukkan video yang akan diedit terlebih dahulu dan video-video yang tidak digunakan dapat dibuang. Setelah semua klip video tersusun dengan rapi tahapan terakhir adalah melakukan finishing touch dengan memberikan visual effect dan audio agar terlihat lebih menarik.

Gambar 7.
Tahap pengeditan



Gambar 8.
Media partner



Tahap terakhir yaitu penguploadan video melalui media partner. Penulis memilih Sirahbaliinfo untuk dijadikan sebagai media *partner* dalam program kerja ini karena selain memiliki *followers* dengan jumlah 129k, Sirahbaliinfo memiliki *audience* yang aktif dalam *like*, *share* dan komen pada akun tersebut. Maka untuk membantu publikasi yang semakin luas

diperlukan kerja sama melalui media *partner*. Bentuk kerjasama yang dimaksud merupakan bantuan penyebaran informasi terkait video *profile* Desa Pengiangan.

Berdasarkan hasil pembuatan video *profile* yang telah dilakukan kepada Desa Pengiangan, terdapat beberapa hal positif yang terdapat dari hasil pengabdian, diantaranya sebagai berikut :

Sebelum Pengabdian	Setelah Pengabdian
Sebelum pengabdian, masyarakat dan perangkat desa belum mengetahui seberapa pentingnya dan berpengaruhnya video <i>profile</i> desa melalui media sosial dalam perkembangan teknologi yang sangat modern ini.	<ul style="list-style-type: none"> a. Masyarakat dan perangkat desa termotivasi bahwa program kerja yang penulis laksanakan sangat penting untuk perkembangan desa kedepannya. b. Kepala desa menyatakan video <i>profile</i> ini akan menjadi cara marketing yang ampuh ketika ingin menjelaskan desa dengan visual yang indah. c. Video promosi sangat mudah dilakukan hanya dengan memanfaatkan <i>smartphone</i> yang ada. d. Perangkat desa menyatakan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif untuk meningkatkan promosi suatu desa yang nantinya akan berdampak pula ke perekonomian masyarakat.

SIMPULAN

Pengasuhan anak yang tepat di era *New Normal* terkait dengan maraknya *cyberbullying* menjadi langkah solutif yang semestinya ditempuh sebagai salah satu cara menangkal kekerasan siber. Pendampingan anak tidak hanya pemberian rasa nyaman dan menghindarkan anak dari perilaku menyimpang, akan tetapi orangtua diharuskan untuk memperhatikan aktivitas kesehatan dan keselamatan anak agar terhindar dari Covid-19.

Jumlah waktu yang sebagian besar dihabiskan anak-anak selama a pandemic Corona untuk mengakses gawai, mengakibatkan anak-anak tak luput dari kekerasan siber (*cyberbullying*). Fenomena maraknya kekerasan di dunia maya, juga terjadi di kelurahan Giwangan, kecamatan Umbulharjo, kota Yogyakarta. Tidak sedikit para orang tua mengalami beban ganda karena harus menyelesaikan pekerjaan kantor dari rumah sekaligus melakukan pengawasan anak-anaknya yang bersekolah dengan sistem daring. Anak-anak seringkali tidak menyadari menjadi korban kekerasan siber. Tim Pengabdian Universitas Widya Mataram tergerak untuk melakukan serangkaian sosialisasi tentang dampak *cyberbullying* dan revitalisasi keluarga untuk mengatasinya. Hasil sosialisasi dan pendampingan menunjukkan pemahaman mitra atau warga sasaran tentang *cyberbullying* di era pandemi meningkat. Mitra memahami dampak dan cara melindungi diri dan keluarga dari *cyberbullying*. Selain itu, mitra dapat menginformasikan dampak dari *cyberbullying* dan cara mengatasi pada warga lain. Publikasi hasil pengabdian ini pun pada gilirannya dapat memberikan masukan bagi kegiatan PKM serupa.

REFERENSI

- Aisiyai & Ifeoma. (2015). Exploring *bullying* in Nigerian secondary school and school administrators strategies for its' management department of educational administration and policy studies. *Journal of Educational and Social Research*, 5 (2).doi:10.5901/jesr.2015.v5n2p305
- Dewi, Mutiara sari.(2019). Profil Perkembangan Sosial Anak Kelompok B dalam Bermain Peran. *Jurnal Thufuli: Jurnal ilmiah pendidikan Anak Usia Dini*.1(1)
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/thufuli/article/view/2778/2596>
- Harususilo, Y., E. (2018). COMIC 2018 Melawan Perundungan Siber. *KOMPAS.com*. Diakses pada tanggal 12 Desember 2020 dari
<https://edukasi.kompas.com/read/2018/10/08/10570981/comic-2018-melawan-perundungan-siber>
- Malihah, Z., & Alfiasari. (2018). Perilaku *Cyberbullying* pada Remaja Dan Kaitannya dengan Kontrol Diri dan Komunikasi Orang Tua. *Jurnal Ilmiah Keluarga dan Konseling* Vol.11, No.2.
- Navarro, Raul., Yubero, Santiago., & Larranaga, Elisa (eds). (2016). Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Pandie Mira Marleni, Ivan Th. J. Weismann, (2016), PENGARUH *CYBERBULLYING* DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REAKTIF SEBAGAI PELAKU MAUPUN SEBAGAI KORBAN *CYBERBULLYING* PADA SISWA KRISTEN SMP NASIONAL MAKASSAR
- Priyatna, Andri. (2010). *Let's End Bullying*. Jakarta: Elex Komputin.
- Subagja, I., & Pradana, A. (2018). KPAI: Pelajar rentan menjadi pelaku dan korban *cyberbully*. *Kumparan NEWS*. Diakses pada tanggal 12 Desember 2020 dari
<https://kumparan.com/@kumparannews/kai-pelajar-rentan-menjadipelakudan%20korban-cyberbully27431110790551241>. Laporan Tahunan KPAI, 2018.