

Pelatihan Produksi Konten Video Sederhana bagi Pelaku Usaha (BUMDES) Kecamatan Jatigede, Sumedang

Santi Susanti¹, Jimi Narotama Mahameruaji², Sandi Jaya Saputra³, Pandu Watu Alam⁴,
Lilis Puspitasari⁵

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

Abstrak

Peningkatan ekonomi kreatif desa dapat memberikan kontribusi positif pada pendapatan asli daerah dan berimbas pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat desa. Sektor pariwisata dapat menjadi pendorong meningkatnya ekonomi kreatif desa dengan menjadikan desa sebagai destinasi wisata. Setiap desa memiliki potensi yang dapat dipromosikan. Video promosi menjadi salah satu media komunikasi yang dapat membantu mengenalkan potensi desa kepada masyarakat melalui media sosial yang dipilih. Tim Program Studi Televisi dan Film Fikom Unpad, menyelenggarakan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) bagi masyarakat desa di wilayah Jatigede, Sumedang dengan judul "Pelatihan Pembuatan Konten Video Sederhana bagi BUMDes di Jatigede, Sumedang". Pelatihan ini bertujuan meningkatkan keterampilan warga desa di Kecamatan Jatigede dalam mempromosikan potensi sumber daya alam, budaya, dan sosial di wilayahnya menjadi aktifitas wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke wilayahnya. Pelatihan dilaksanakan di Aula Kecamatan Jatigede, yang dihadiri peserta dari lima desa, yaitu Desa Karedok, Desa Cipicung, Desa Jemah, Desa Kadujaya, dan Desa Cijeungjing. Menggunakan metode pelatihan dan difusi ipteks, tim PPM TvF, mentransfer pengetahuan membuat video konten untuk promosi desa, yang dapat diterapkan oleh peserta. Hasilnya tiap kelompok peserta mampu membuat video promosi potensi daerah berdasarkan lagu *Paradisi van Java*, hasil kolaborasi Pj. Bupati Sumedang, dengan salah satu dosen TvF. Meski dengan catatan adanya berbagai hal yang mesti diperbaiki, produksi video konten ini diharapkan dapat lebih baik ke depannya.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, kesejahteraan masyarakat, media sosial, pariwisata, video promosi.

Abstract

*Increasing the village's creative economy can make a positive contribution to local revenue and impact on the welfare of the village community. The tourism sector can be a driver of the increase in the village's creative economy by making the village a tourist destination. Every village has potential that can be promoted. Promotional videos can be a communication medium to introduce village potential to the community through social media. Fikom Unpad's Television and Film Study Program team organized a Community Service (PPM) for village communities in the Jatigede area, Sumedang with the title "Training in Making Promotional Video Contents of Village Potential in the Jatigede, Sumedang". This training aims to improve the skills of villagers in Jatigede in promoting the potential of natural, cultural, and social resources in the region into tourism activities that can attract tourists to visit the region. The training was held at the Jatigede Sub-district Hall, which was attended by participants from five villages, namely Karedok, Cipicung, Jemah, Kadujaya, and Cijeungjing Village. Using training and science and technology diffusion methods, the PPM TvF team transferred the knowledge of creating video content for village promotion, which could be applied by the participants. As a result, each group of participants was able to make a promotional video of regional potential based on the song *Paradisi van Java*. The production of the video content is expected to be better in the future.*

Keywords: community welfare, creative economy, promotional video, social media, tourism.

Copyright © 20xx Author. All rights reserved

PENDAHULUAN

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mendorong setiap desa untuk berkembang menjadi suatu desa wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada di wilayahnya. Potensi tersebut meliputi sumber daya alam, budaya, aktifitas sehari-hari masyarakat dalam mencari penghidupan. Setiap desa memiliki potensi yang dapat dikelola untuk menjadi aktifitas pariwisata yang dapat menghasilkan nilai ekonomi bagi masyarakat desa ketika ada wisatawan yang berkunjung ke desa.

Setiap potensi desa harus dikenalkan kepada masyarakat, agar siapapun yang melihat potensi tersebut dapat tertarik dan memiliki minat untuk berkunjung ke desa yang mempromosikan aktifitasnya. Video atau gambar audio visual dapat menjadi pilihan bagi masyarakat desa untuk mengenalkan potensi daerahnya. Penyampaian pesan yang dikemas secara

menarik akan menarik penonton untuk melihat secara langsung dan merasakan aktifitas yang dilakukan oleh penduduk desa.

Program Studi Televisi dan Film (Prodi TVF) Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, sebagai bagian dari lembaga perguruan tinggi yang memiliki tiga pilar Tridharma, yang salah satunya adalah Pengabdian Pada Masyarakat (PPM), mengadakan PPM dengan tema ekonomi kreatif untuk meningkatkan adaptasi masyarakat terhadap perkembangan teknologi, khususnya media digital dalam bentuk video. Kemampuan memproduksi konten video yang disalurkan melalui media digital dapat menjadi sarana mengembangkan perekonomian masyarakat, termasuk masyarakat di Kecamatan Jatigede, Sumedang.

Produksi video dapat menjadi strategi yang efektif dalam menunjang ekonomi kreatif, khususnya bagi masyarakat sub-urban. Kemampuan memproduksi video dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan potensi ekonomi kreatif yang masyarakat desa. Konten video yang menarik dan kreatif dapat membantu menampilkan keunikan, keaslian, dan nilai tambah dari produk atau layanan yang ditawarkan.

Video dapat digunakan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai produk bisnis dan visi dari pelaku ekonomi kreatif. Dengan melibatkan audiens melalui konten video yang menarik dapat memperkuat ikatan emosional dengan konsumen dan membedakan dirinya dari pesaing. Lebih bermanfaatnya lagi dengan adanya platform digital dan media sosial, konten video dapat dengan mudah diakses dan disebarluaskan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik perhatian calon pengunjung dari berbagai lokasi geografis.

Video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut.

Video promosi pariwisata memiliki keunggulan karena dapat memberikan gambaran dan informasi kepada calon wisatawan sehingga apa yang disampaikan dan ditampilkan bisa lebih mudah diterima dan diingat karena video promosi dibuat dengan sinematografi yang menarik, background yang sesuai, narasi yang terdengar dengan jelas (Ismayanti, 2010).

Video promosi destinasi wisata adalah bentuk media yang digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan tempat-tempat wisata kepada calon wisatawan. Video ini biasanya berisi gambar, suara, dan informasi yang menarik tentang destinasi pariwisata tertentu. Beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait video promosi destinasi wisata:

1. *Video Storytelling*: Menggabungkan elemen narasi yang menarik dengan gambar dan suara untuk menggambarkan pengalaman nyata di suatu destinasi wisata.
2. *Pengalaman Berwisata*: Menampilkan pengalaman berwisata yang menyenangkan dan unik, termasuk keindahan alam, budaya lokal, kuliner, dan aktifitas menarik di destinasi wisata.
3. *Keaslian dan Realisme*: Video promosi harus mencerminkan keadaan sebenarnya di lokasi wisata. Penggunaan gambar dan suara yang otentik membantu menarik minat calon wisatawan.

Media Promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa untuk dapat lebih dikenal masyarakat luas. Promosi ini diharapkan dapat menarik seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang atau jasa atau produk atau image atau perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat (Prihanikasi, 2008).

Dalam era digital, video promosi dapat disebarluaskan melalui berbagai platform online seperti situs web dan media sosial, yaitu media dalam jaringan (*daring*), berbasis internet, yang hadir sebagai saluran baru yang memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Kehadirannya menggeser penggunaan media komunikasi konvensional yang berlandaskan elektronik dan cetak sebagai saluran akses dalam berbagai bidang, yaitu pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, dan politik. Media sosial memungkinkan adanya penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010), serta mengizinkan *user* membuat informasi pribadi berupa foto, video, atau tulisan yang dapat dibagikan melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual lainnya (Ardianto, 2011).

Promosi produk melalui media sosial di Indonesia potensinya sangat besar. Pengguna internet dan media sosial di Indonesia jumlahnya terus bertambah setiap tahun. Awal tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta jiwa, meningkat 2,1 juta dari tahun sebelumnya. Sementara pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta jiwa atau setara 68,9 persen dari total populasi masyarakat Indonesia. Jumlah tersebut meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021 (Riyanto, 2022).

Jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat mengindikasikan sangat terbukanya peluang pasar *online* yang bisa dituju untuk mempromosikan potensi-potensi ekonomi kreatif desa di Kecamatan Jatigede. Salah satu produk konten yang

bisa dimanfaatkan adalah video.

Pelatihan pembuatan video untuk promosi desa pernah dilakukan sebelumnya. Ghalif Putra Sadewa (2023) mengadakan pelatihan produksi video dengan telepon pintar untuk peningkatan Kreativitas Promosi Desa Wisata Dewi Carakan, Wijirejo. Hasilnya masyarakat mampu meningkatkan keterampilannya membuat video promosi desa untuk mempromosikan Desa Wisata Dewi Carakan (Sadewa, 2023).

Pelaksanaan PPM Tim Dosen Prodi TVF Fikom Unpad di Kecamatan Jatigede, bertujuan untuk menyebarluaskan potensi desa-desa di wilayah Jatigede agar lebih dikenal luas sehingga banyak wisatawan yang akan berkunjung ke lokasi yang dipromosikan, dan kesejahteraan masyarakat disanapun meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PPM ini ditujukan bagi Pelaku Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dari lima desa di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, yakni Desa Karedok, Desa Cipcung, Desa Jemah, Desa Kadujaya dan Desa Cijeungjing. Pelatihan dilaksanakan dua kali, pada 2 November dan 9 November 2023, di Aula Kantor Kecamatan Jatigede, Jalan PLTA Parakankondang No. 6, Cijeungjing, Jatigede, Sumedang, menggunakan metode pelatihan dan difusi ipteks. Pengetahuan yang diberikan berkaitan dengan pembuatan video serta proses editing. Difusi ipteks diberikan dengan penugasan pembuatan video konten yang menggambarkan potensi ekonomi kreatif di desa-desa di Jatigede.

Pada kesempatan tersebut, Tim PPM Program Studi (Prodi) Televisi dan Film (TvF) Fikom Unpad memberikan pengetahuan mengenai pembuatan video sederhana dalam mempromosikan ekonomi kreatif lima desa di Kecamatan Jatigede Sumedang, yang dilanjutkan dengan praktik pembuatan video oleh lima kelompok desa yang mengikuti kegiatan PPM. Pembuatan video menyesuaikan dengan lagu berjudul *Paradisi Van Java*, hasil kolaborasi Pj. Bupati Sumedang, dan salah seorang dosen TvF Fikom Unpad.

Pelaksanaan PPM dilakukan melalui tiga sesi. Sesi pertama adalah pemahaman terhadap produksi konten video yang dikaitkan dengan kebutuhan pelaku usaha di desa atau kecamatan, sesi kedua melakukan simulasi produksi konten video, dan sesi ketiga praktik produksi konten video yang melibatkan peserta pelatihan. Materi disampaikan melalui metode ceramah, diskusi kelompok, simulasi dan praktik, yang diselingi *ice breaking* agar peserta dapat berinteraksi secara interaktif. Pertemuan diakhiri dengan evaluasi, post-test serta *feedback* dari para peserta. Pertemuan diakhiri dengan evaluasi, post-test serta *feedback* dari para peserta pelatihan.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang dilaksanakan dua kali, yakni 2 November dan 9 November 2023, dengan fokus materi mengenai pembuatan video konten promosi potensi ekonomi kreatif desa-desa di wilayah Kecamatan Jatigede. Sebelumnya, para peserta PPM dari lima desa di Kecamatan Jatigede, diberikan pengetahuan mengenai produksi konten video serta teknik editing. Setelah diberikan tugas untuk membuat video potensi desa, maka dilakukan evaluasi pada pertemuan kedua yang dilaksanakan 9 November 2023. Adanya video konten akan memudahkan promosi potensi-potensi masing-masing desa.

Jimi Narotama, dosen TvF yang menjadi pemateri, menjelaskan, memang tidak mudah untuk memunculkan potensi-potensi ekonomi kreatif setiap desa dalam video konten, dengan waktu yang sangat singkat, yakni satu minggu. Dibutuhkan waktu yang panjang untuk membuat dan menyeleksi gambar-gambar yang akan ditampilkan dalam video promosi. Apalagi isinya harus menyesuaikan dengan lagu *Paradisi van Java* yang telah dibuat sebelumnya. Dengan kata lain, video yang dibuat oleh peserta merupakan video klip dari lagu berdurasi 3:25 detik, hasil karya Pj. Bupati Sumedang dan dosen TvF Fikom Unpad, Pandu Watu Alam.

Berdasarkan penayangan video dari para peserta, dapat digambarkan bahwa pada dasarnya setiap kelompok peserta mampu membuat video tentang potensi desa, meski jika dilihat dari visual kontennya, masih banyak yang perlu diperbaiki.

Jimi menyampaikan beberapa hal yang dapat disertakan dalam membuat video promosi potensi ekonomi kreatif:

- Visualisasi lagu disesuaikan dengan potensi desa. Misalnya Desa Karedok terkenal dengan wisata sungai, wisata arung jeram, dan berasnya yang enak; juga Desa Jemah, dengan potensi kuliner dan Masjid Al Kamil, dan sebagainya. Tidak lupa pula, potensi kecamatannya dimunculkan sehingga video klip tersebut juga menjadi profil desa dan Kecamatan
- Pengambilan gambar dapat dilakukan dari berbagai sudut atau angle sehingga banyak variasi yang bisa diterapkan dalam video klip.

- Sebaiknya tidak mengambil gambar dari internet. Karena jika hal tersebut dilakukan, khawatir terkena *copyright*. Aturan *Youtube*, misalnya sangat ketat dalam penggunaan gambar sehingga akun bisa diblokir.
- Pengambilan gambar disesuaikan dengan potensi desa, misalnya potensi budaya, potensi wisata, dan lainnya. Desa Karedok merupakan desa wisata, yang bisa menampilkan banyak potensi untuk mengangkat posisinya sebagai desa wisata. Potensi beragam permainan tradisional anak-anak desa, seperti main layangan, main kelereng, main sapinrong dan tali karet, merupakan ragam potensi yang dapat dimunculkan dalam video profil Desa Karedok. Potensi-potensi seperti itu, sangat menarik untuk ditampilkan, karena masyarakat perkotaan hampir tidak lagi mengenal permainan seperti itu. Oleh karena itu, tayangan video promosi ekonomi wilayah, sangat potensial untuk mengenalkannya sehingga dapat diharapkan masyarakat perkotaan akan datang untuk berwisata menikmati beragam permainan tradisional di Desa Karedok. Tujuannya adalah menunjukkan bahwa ada pentas budaya di Karedok selain sungainya yang benar-benar bisa menjadi daya tarik.
- Acara-acara yang berlangsung tahunan sebaiknya dimasukkan ke dalam video sebagai informasi bagi penonton video agar mengenalnya. "Dalam rentang waktu satu tahun, banyak acara yang berlangsung. Potongan gambar acara dapat dimasukkan ke dalam video," ujar Jimi.

Gambar yang terkumpul selama satu tahun tersebut dipilih untuk dapat digunakan sehingga seluruh gambar dari video pendek yang dibuat merupakan gambar asli hasil karya warga desa. Gambar-gambar tersebut juga dapat dijadikan pembandingan dengan gambar yang telah diambil sebelumnya. Diantara keduanya dapat dipilih gambar yang menampilkan potensi positif dari desa-desa di Jatigede.

Dalam pengambilan gambar, kolaborasi antardesa sangat mungkin dilakukan, misalnya pengambilan gambar untuk gapura Selamat Datang di Kabupaten Sumedang, dapat meminta bantuan dari kecamatan di Jatinangor untuk pengambilan gambarnya atau dilakukannya sendiri sehingga gambar yang ditampilkan adalah gambar asli.

Dari sisi konten, dalam video promo juga dicantumkan *event-event* yang berlangsung rutin tahunan. Tujuannya, agar penonton video mengagendakan waktunya untuk datang ke desa-desa yang memiliki acara tahunan, seperti panen mangga sehingga potensi ekonomi dapat berjalan dengan baik.

"Itu adalah potensi karena sebelumnya kan kita gatau di bulan apa. Nah, itu bisa ditempelkan di video sehingga tau kapan main ke Jatigede pas panen. Jadi semuanya sekalian kalo gak jati gede liat masjid al kamil, sekalian mau sambil cari mangga atau sekalian arung jeram dan lain sebagainya," papar Jimi

Selain itu, aktifitas keseharian masyarakat pun dapat dimasukkan ke dalam video. Misalnya orang yang sedang berdagang di Al Kamil. Proses transaksi yang berlangsung dapat digambarkan dengan menampilkan ekspresi keceriaan antara penjual dan pembeli. Ekspresi kebahagiaan yang digambarkan dalam wujud orang yang tersenyum atau tertawa merupakan ekspresi yang dapat menularkan kebahagiaan kepada orang yang menontonnya.

Untuk kualitas pengambilan gambar, prosesnya berlangsung sejalan dengan waktu. Semakin sering mengambil gambar, maka akan semakin mengerti gambar yang bagus itu seperti apa. "Jadi jangan takut salah, jangan takut hasil gambar yang kurang bagus karena dari ngambil gambar yang gak bagus itulah kita bisa *ngambil* gambar yang bagus," ujar Jimi.

KESIMPULAN

Penggunaan video dalam promosi potensi ekonomi dan pariwisata daerah penting dilakukan. Apalagi bagi desa yang dinobatkan sebagai desa wisata. Pelaksanaan PPM Tim Prodi TvF Fikom Unpad di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, merupakan upaya untuk memberi pemahaman mengenai betapa pentingnya video promosi sebagai salah satu langkah untuk mewujudkan visi Sumedang Simpati, khususnya yang terkait dengan ekonomi kreatif. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial maupun website tiap desa atau tingkat kecamatan.

Video promosi diharapkan dapat membantu mengenalkan potensi di desa-desa yang ada di Kecamatan Jatigede, Sumedang secara luas sehingga dapat menarik calon wisatawan untuk datang berkunjung dan menikmati liburan di Jatigede Sumedang dengan beragam potensi ekonomi kreatifnya. Jika hal tersebut berhasil dilakukan, maka perekonomian tiap desa bukan tidak mungkin meningkat dan kesejahteraan masyarakat pun turut meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PPM ini merupakan bagian dari Program Hibah Pengabdian Pada Masyarakat "Unpad Bermanfaat" tahun anggaran 2023. Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas kepercayaan dan dukungan dana yang diberikan

kepada tim PPM Prodi Televisi dan Film, Fikom, untuk melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang sehingga program PPM ini dapat berjalan lancar.

PUSTAKA

Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 61.

Prihanikasi. (2008). *Potensi dan Promosi Desa Tumang sebagai Desa Wisata melalui Video Profile*. Universitas Sebelas Maret.

Sadewa, G. P. (2023). Pelatihan Produksi Video dengan Telepon Pintar untuk Peningkatan Kreativitas Promosi Desa Wisata Dewi Carakan, Wijirejo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 4(2), 95–104. <https://doi.org/10.24821/JPS.V4I2.10513>