

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PERANCANGAN *VIDEO BRANDING* DESA WISATA CAU BELAYU KABUPATEN TABANAN

Syarifah Nabilah Rachmat<sup>1)</sup>, Putri Ekaresty Haes<sup>2)</sup>, Made Ayu Anggi Puspitadewi<sup>1)</sup>, Gusti Ayu Putu Wirasanti<sup>1)</sup>, Kania Putri Abubakrin<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Indonesia

<sup>2)</sup>Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Indonesia

Corresponding author : Syarifah Nabilah Rachmat  
E-mail : nblrachmat@gmail.com

Diterima 10 Februari 2022, Direvisi 25 Februari 2022, Disetujui 25 Februari 2022

### ABSTRAK

Desa Cau Belayu adalah sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan. Desa Cau Belayu memiliki potensi wisata yang cukup menonjol dengan keasrian alamnya serta pengalaman yang diberikan. Adapun berbagai ragam tempat wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan seperti Air Terjun Pengempu, Tubbing, Becak, dan Camping ground. Terlepas dari keindahan yang dimiliki, Desa Cau Belayu masih belum banyak diketahui oleh warga lokal ataupun wisatawan asing. Dengan itu, upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan wisata dari Cau Belayu yakni dengan melakukan pembuatan video branding bersama masyarakat Desa Cau Belayu serta Mahasiswa KKN UNDIKNAS yang bertujuan untuk mengajak wisatawan agar berkunjung dan tetap menjaga keindahan serta keasrian alam dari Desa Cau Belayu, video ini dipublikasikan di media sosial.

**Kata kunci:** desa cau belayu; promosi; media; *video branding*.

### ABSTRACT

Cau Belayu Village has tourism potential that is quite prominent with its natural beauty and the experience it provides. There are various kinds of tourist attractions that can be enjoyed by tourists such as Pengmpu Waterfall, Tubbing, Becak, and Camping ground. Apart from its beauty, Cau Belayu Village is still not widely known by local residents or foreign tourists. Cau Belayu Village is a village located in the Marga District, Tabanan Regency. Cau Belayu Village has tourism potential that is quite prominent with its natural beauty and the experience it provides. The various tourist attractions that can be enjoyed by tourists such as Pengmpu Waterfall, Tubbing, Pedicab, and Camping ground. Apart from its beauty, Cau Belayu Village is still not widely known by local residents or foreign tourists. With that, the effort made to introduce tourism from Cau Belayu is by making a branding video with the Cau Belayu Village community and UNDIKNAS KKN students which aims to invite tourists to visit and maintain the beauty and natural beauty of Cau Belayu Village, this video is published on social media.

**Keywords:** cau belayu village; promotion; media; branding video.

### PENDAHULUAN

Desa Cau Belayu merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Desa ini memiliki 4 dusun atau banjar, yakni: Banjar Cau Belayu, Banjar Babakan, Banjar Seribupati dan Banjar Padangaling. Di Desa Cau Belayu, terdapat batas – batas wilayah, dari batas wilayah sebelah utara yakni Desa Perean Kangin, batas wilayah sebelah timur yakni Desa Sangeh, batas wilayah selatan yakni Desa Ayunan, dan batas wilayah barat yakni Desa Sembung. Dilihat dari potensi wisata, Desa Cau Belayu memiliki keindahan alam yang luar biasa, dan pemandangan yang menyejukan mata.

Desa Cau Belayu ditetapkan menjadi Desa Wisata pada tanggal 19 Agustus 2020.

Potensi dan peluang dalam industri pariwisata yang dimiliki oleh Desa Cau Belayu yaitu Air Terjun Pengempu, Camping ground, Becak dan Tubbing. Ini juga didukung dengan aksesibilitas yang sangat baik dan dekat dengan daya tarik wisata populer Sangeh *Monkey Forest*.

Terlepas dari itu semua, kami mengidentifikasi beberapa masalah dari Desa Cau Belayu yang di antaranya :

1. Lokasi wisata alam Desa Cau Belayu sepi pengunjung dibandingkan dengan wisata yang sama di daerah wisata lainnya.
2. Media promosi yang ada kurang dapat menyampaikan informasi mengenai wisata yang dimiliki oleh Desa Cau Belayu secara terkonsep dan menarik.
3. Belum adanya media promosi berupa video yang mencakup informasi tentang

wisata – wisata yang ada di Desa Cau Belayu.

4. Dibutuhkan karakter target market atau karakter pengunjung sehingga promosi yang dilakukan sesuai dengan target market yang dituju.

Seperti yang kita ketahui bahwa di masa sekarang, keterbukaan akses informasi memungkinkan informasi dapat dengan mudah diperoleh kapanpun dan dimanapun. Informasi menjadi hal penting, karena dengan informasi orang akan mendapat semua yang diinginkan. Kebutuhan adanya informasi dirasakan akan terus bertambah bagi setiap orang yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap sesuatu. Maka dari itu, upaya yang pas untuk dilakukan yaitu melakukan pembuatan *video branding* terkait potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Cau Belayu dan akan dipublikasikan di *social media*.

Disamping itu, dengan adanya pemanfaatan media sosial diharapkan dapat membantu promosi Desa Cau Belayu untuk lebih dikenal lebih luas lagi dan dapat menarik minat pengunjung baik wisatawan lokal ataupun asing. Dan promosi ini pula dapat membuka pandangan masyarakat bahwa pentingnya promosi di era yang serba menggunakan teknologi dan internet, sehingga hal ini pun sesuai dengan kebutuhan target pengunjung wisata pantai Kabupaten Jember.

## METODE

Metode yang digunakan dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu "Observasi" dan "Difusi Ipteks". Adapun rincian kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

Dimana pada metode observasi dilakukan dengan berdiskusi bersama Kepala Desa guna membahas potensi wisata apa saja yang dimiliki oleh Desa Cau Belayu dan untuk mengetahui titik lokasi pengambilan video atau gambar yang akan digunakan dan dikemas dalam bentuk *video branding*. Untuk metode difusi ipteks sendiri sesuai dengan tujuan yaitu untuk menghasilkan produk video branding yang dapat digunakan oleh Desa Cau Belayu untuk memperkenalkan potensi wisata yang dimiliki kepada masyarakat luas.

Lokasi dan waktu pelaksanaan dari pengabdian ini yaitu dilaksanakan di wilayah Desa Cau Belayu pada hari Selasa hingga Rabu (25 – 26 Januari 2022), pukul 06.00 – 15.00 WITA. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah masyarakat Desa Cau Belayu dan Mahasiswa KKN UNDIKNAS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahap ini kami melakukan identifikasi perkiraan kebutuhan, mempelajari

literatur dan meneliti dalam skala kecil. Penelitian awal pun dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait hal apa yang akan dikemas dalam *video branding*. Data yang kami cari lebih lanjut adalah terkait :

1. Nama – nama objek wisata yang ada di Desa Cau Belayu.
2. Kondisi dan keadaan objek wisata.
3. Observasi langsung pada objek wisata.

Pembuatan *video branding* ini dilakukan dalam waktu ± 2 Hari, yang mana diharapkan dapat menghasilkan video dengan durasi 3 – 5 menit dan dengan menggunakan talent mahasiswa KKN UNDIKNAS Desa Cau Belayu. Sasaran dari upaya memperkenalkan potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Cau Belayu melalui *video branding* adalah wisatawan lokal dan asing. Adapun hal yang dikemas dalam *video branding* yaitu :

1. Pengenalan Desa Cau Belayu
2. Potensi Wisata
3. Usaha desa dalam menjaga keasrian wisata yang dimiliki.

Strategi komunikasi dari perancangan video ini adalah pengaplikasian ide kreatif yang merujuk pada aktivitas perjalanan pengunjung ataupun wisatawan di tempat lokasi objek wisata. Dalam proses pembuatan video adapun rangkaian susunan *footage* yang kami rancang yaitu dimana pada menit pertama kami memperlihatkan denah atau *maps* yang merupakan gambaran terkait posisi Kota Denpasar dan Desa Cau Belayu.



**Gambar 1.** Peta lokasi Denpasar dan Desa Cau Belayu.

Pada menit pertama pun dijelaskan terkait jarak dari Kota Denpasar ke Desa Cau Belayu yang mana jarak yang harus ditempuh yaitu 26 km dengan waktu 50 menit. Setelah menunjukkan jarak, video dilanjutkan dengan menunjukkan ikon utama dari Desa Cau Belayu.



**Gambar 2.** Ikon Desa Wisata Cau Belayu

Ikon desa wisata ini berlokasi di sebelah barat Jembatan Titi Gantung yang merupakan sarana vital penyebrangan antar kabupaten (Tabanan – Badung). Ikon ini pun diharapkan dapat menjadi penarik perhatian bagi warga ataupun wisatawan yang melewati jembatan tersebut.

Scene selanjutnya yaitu *camping ground*. *Camping ground* desa cau belayu dekat dengan Pura Pucak Geni, yang mana view yang disuguhkan dari tempat ini pun sangat indah dan tidak membosankan terlebih lagi saat matahari terbit. Waktu yang ditempuh untuk ke *camping ground* adalah 5 – 10 menit dari arah Kantor Desa Cau Belayu. Usaha dari *camping* ini pun dilakukan langsung oleh pihak desa atau tanpa campur tangan pihak ketiga. Wisatawan dapat melakukan pemesanan melalui *website* yang dimiliki oleh Desa Cau Belayu.



**Gambar 3 .** Wisata *Camping Ground*

Scene dilanjutkan dengan wisata becak yang mana lokasi wisata ini terletak di Banjar Padangaling, Desa Cau Belayu. Pada objek wisata ini, wisatawan pun tidak hanya dapat menikmati becak namun juga dapat menikmati *experience* lainnya seperti *cooking*

*class* dan membuat canang (alat persembahyangan agama hindu). Wisata becak ini pun dipilih untuk mengenalkan pada wisatawan transportasi tradisional dan wisata ini pun mendukung wisata ramah lingkungan.



**Gambar 4.** Pintu Masuk Wisata Becak



**Gambar 5.** Becak



**Gambar 6.** Pengendara dan penumpang tetap menggunakan protokol kesehatan.

Wisata selanjutnya yaitu *Tubbing*. Sebelum mengikuti kegiatan *tubbing*, wisatawan diharapkan mengenakan peralatan keamanan seperti helm dan pelampung yang sudah disiapkan oleh petugas. Jarak yang perlu ditempuh untuk sampai ke sungai atau *start point* dari *tubbing* ini adalah 20 – 30 menit. Durasi waktu yang diperlukan untuk *tubbing* dari *start point* hingga *finish* yaitu 1 – 1,5 jam.



**Gambar 7.** Wisatawan mengenakan peralatan keamanan sebelum melakukan kegiatan tubing.



**Gambar 8.** Perjalanan menuju start point



**Gambar 9.** Tubing

Pada video branding ini ditutup dengan ikon yang masih alami dan dapat menyejukkan mata wisatawan yaitu Air Terjun Pengempu. Air Terjun Pengempu merupakan objek wisata yang termasuk terletak lebih dekat dari pariwisata Bali Selatan atau Denpasar, objek wisata ini pun sangat dekat dari wisata sangeh yang berlokasi di Abiansemai, Badung.

Air Terjun Pengempu memiliki ketinggian 15 – 20 meter, untuk menuju ke air terjun tersebut wisatawan harus berjalan melewati anak tangga dengan durasi waktu kurang lebih 15 menit, kelelahan yang dirasakan setelah melewati anak tangga akan terbayarkan dengan view yang sangat indah.



**Gambar 10.** Papan pengarah jalan menuju Air Terjun Pengempu yang terletak pas di depan pintu masuk Air Terjun Pengempu.



**Gambar 11.** Anak tangga jalan menuju Air Terjun Pengempu.



**Gambar 12.** Wisata Air Terjun Pengempu

Proses pembuatan video branding ini membutuhkan kelompok yang berperan di dalamnya, dan untuk video branding kali ini yang berperan adalah masyarakat serta mahasiswa KKN Desa Cau Belayu.

Adapun acuan yang ingin dicapai dalam pembuatan video ini diantaranya :

- 1) Video promosi ini diharapkan dapat memberikan ajakan dan informasi pada wisatawan yang ingin berkunjung ke Desa Cau Belayu , dan dapat di eksplorasi lebih jauh lagi.
- 2) Memberikan informasi tentang objek lokasi wisata dengan informasi yang berupa footage dari setiap potensi wisata.

Video branding ini akan di publikasikan ke sosial media. *Social media* yang akan digunakan yakni *youtube* dan *instagram*. Karena seperti yang kita ketahui bahwa *youtube* dan *instagram* adalah *social media* yang tidak pernah lepas dari pandangan

masyarakat baik kalangan anak – anak hingga kalangan dewasa.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah di informasikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa berbagai cara juga dapat digunakan untuk memperkenalkan potensi – potensi wisata yang ada pada suatu daerah. Pemerintah pun bisa memulai dari *website* hingga pengadaan acara – acara khas daerah yang dapat menarik minat pengunjung / wisatawan.

Salah satu cara yang efektif untuk mempresentasikan daya tarik dan potensi desa adalah *video branding*. Penyampaian pesan melalui *video branding* mampu memberikan gambaran jelas mengenai pesan yang hendak disampaikan. Video promosi yang dibuat dengan konsep terstruktur mampu menyampaikan pesan dengan baik sehingga mendapatkan respon yang diinginkan. Dalam mengenalkan dan mempromosikan suatu potensi ataupun produk, penggunaan video promosi dapat menjadi pilihan yang tepat. Publikasi video promosi melalui media sosial pun dapat dilakukan oleh pemerintah desa ataupun siapa saja sebagai upaya untuk meningkatkan *brand awareness*.

### Saran

Saran yang diberikan untuk pengabdian ini adalah : a) Menggunakan video yang telah dibuat sebagai media promosi yang digunakan seterusnya serta terus diperbarui dengan memanfaatkan media social yang telah tersedia. b) Pemerintah desa diharapkan dapat mengikuti tren perkembangan media promosi agar dapat bersaing dan bertahan ditengah ketatnya persaingan bisnis.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pihak kampus, Universitas Pendidikan Nasional yang telah memberikan kesempatan untuk mengabdikan kepada Desa Cau Belayu. Tak lupa pula kami ucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Cau Belayu atas dukungan dan kerjasamanya dalam membantu menyediakan sarana dan alat dalam pengabdian ini, sehingga pengabdian ini dapat dilakukan dengan baik dan lancar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ardhi, Y. (2013). Merancang media promosi unik dan menarik. *Yogyakarta: TAKA Publisher*.
- Asnada, R. T., & Sulistyono, S. (2020). Pengaruh Inertial Measurement Unit

(IMU) MPU- 6050 3-Axis Gyro dan 3-Axis Accelerometer pada Sistem Penstabil Kamera (Gimbal) Untuk Aplikasi Videografi. *Jurnal Teknologi Elektro*, 11(1).

<https://doi.org/10.22441/jte.2020.v11i1.007>

Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). MEDIA COMPANY PROFILE SEBAGAI SARANA PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI. *CCIT Journal*, 5(3).

<https://doi.org/10.33050/ccit.v5i3.155>

Pangestu, A., Susanti, E., & ... (2019). Pemanfaatan media pembelajaran berbasis augmented reality (AR) pada penalaran spasial siswa. *Prosiding Seminar ...*, 5(1).

Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, BRAND AWARENESS, PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SEPATU OLAHRAGA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1).

Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>

Yudani, H. D. (2018). Perancangan Video Iklan Destination Branding Kabupaten Kediri. *Nirmana*, 17(1).

<https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.22-29>