

Optimalisasi Pengelolaan Pariwisata dan Peningkatan Promosi Melalui Konten Visual di Desa Wisata Melung

Fiby Nur Afiana, Zanuar Rifai, Anugerah Bagus Wijaya, Tarsono Chris Michael Oktaviano, Salsabilla Nadya Pangestika

Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

Email: fiby@amikompurwokerto.ac.id

Abstact: *As a tourist village, village development is not an easy thing. There is a lot of work and obstacles faced by the village government and the people of Melung Tourism Village. One of the obstacles faced is in terms of Human Resources (HR) management. So it is very important to develop their skills so they can revive their village and benefit from it. The next problem is that the Pagubugan tourist attraction is more famous than the Melung Tourism Village, and this is a challenge in itself for the Melung Tourism Village because many tourists are more familiar with Pagubugan than the Melung tourist village and other tourist packages are not well exposed. The Melung Tourism Village Social Media account is not managed well in terms of content, both photos and videos are less interesting so that it does not make users intrigued or curious enough to come directly to the tourist attraction. The Amikom University Lecturer Team held service activities for creative digital groups with the aim of increasing promotion through visual content in the Melung Tourism Village. The training provided can increase HR knowledge regarding techniques for taking and editing photos and videos that will be published on promotional media, this can be seen from one of the advantages of promotional media which is easier to go viral and reaches a wider community so that the Melung Tourism Village can be known to the wider community and able to compete with other tourist attractions in Banyumas Regency.*

Keyword: *melung tourism village; hr; photos, videos, promotional media;*

Abstrak: Sebagai desa wisata, pengembangan desa bukanlah hal yang mudah. Banyak pekerjaan dan kendala yang dihadapi oleh pemerintah desa dan masyarakat Desa Wisata Melung. Salah satu kendala yang dihadapi adalah dari sisi pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM). Maka sangat penting untuk mengembangkan skill mereka agar bisa menghidupkan desanya dan mendapat keuntungan darinya. Permasalahan berikutnya adalah Objek wisata pagubugan lebih terkenal daripada desa Wisata Melung, dan ini menjadi tantangan tersendiri bagi desa Wisata Melung karena banyak wisatawan yang lebih mengenal pagubugan dari pada desa wisata melung beserta paket wisata lainnya tidak terexpose dengan baik. Akun Media Sosial Desa Wisata Melung tidak dikelola dengan baik dari segi konten baik foto dan video kurang menarik sehingga tidak membuat pengguna tergugah atau memiliki rasa penasaran untuk langsung datang ke wisata tersebut. Tim Dosen Universitas Amikom mengadakan kegiatan pengabdian kepada kelompok digital kreatif dengan tujuan Peningkatan Promosi Melalui Konten Visual Di Desa Wisata Melung. Pelatihan yang diberikan dapat meningkatkan pengetahuan SDM mengenai teknik pengambilan dan editing Foto dan video yang akan dipublikasi pada media promosi, hal ini dilihat dari salah satu keunggulan media promosi yang lebih mudah viral dan menjangkau masyarakat lebih luas sehingga Desa Wisata Melung dapat dikenal masyarakat lebih luas dan mampu bersaing dengan objek wisata lainnya di Kabupaten Banyumas.

Kata kunci: Desa Wisata Melung, SDM, Foto, Video, media promosi;

PENDAHULUAN

Desa Melung terletak di lereng selatan Gunung Slamet dengan ketinggian antara 600-2500 M dpl, letak geografis yang berbukit-bukit dengan kemiringan rata-rata 45 derajat, masuk wilayah Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas, Desa Melung yang memiliki banyak potensi, alam yang indah, masyarakat yang majemuk, kegotong-royongan yang masih sangat terjaga, budaya kemasyarakatan yang masih baik, serta memiliki potensi wisata yang bisa dikembangkan menjadi wisata, sejak tahun 2017 Desa Melung mulai mengembangkan wisata dengan mengajak masyarakat serta menggunakan anggaran desa, dengan membangun beberapa sarana-prasarana wisata dan peningkatan Sumber Daya Manusia melalui kegiatan Pelatihan-pelatihan dan pada awal tahun 2020 mengajukan diri untuk mengikuti penilaian menjadi desa wisata, tepat pada tanggal 20 Maret 2020 terbitlah SK Bupati Banyumas tentang Desa Melung menjadi Desa Wisata Melung dengan kategori sebagai Desa Wisata Berkembang, selain itu Desa Wista Melung juga meraih penghargaan sebagai juara harapan II (dua) Gelar Desa Wisata Jawa Tengah dan Juara 7 (tujuh) terbaik se Indonesia dalam Lomba Desa Wisata Nusantara tahun 2023. Desa Melung yang berada di lereng Gunung Slamet memiliki beragam potensi desa beberapa diantaranya seperti wisata unggulan seperti wisata alam Pagubugan Melung, kebun sayur organik, camping ground, wisata budaya (ruwatan, lengger, dan ebeg banyumasan), serta wisata kuliner. Desa wisata adalah konsep pengembangan daerah yang menjadikan sebuah desa sebagai destinasi wisata (Sudibya 2018)(Krisnawati 2021)dengan tujuan memberdayakan masyarakat desa (Herman and Supriadi 2017) serta aksesibilitas yang memadai dengan tata cara dan tradisi kehidupan masyarakat desa(Sugiarti, Aliyah, and Yudana 2016).

Sebagai desa wisata, pengembangan desa bukanlah hal yang mudah. Banyak pekerjaan dan kendala yang dihadapi oleh pemerintah desa dan masyarakat desa. Berdasarkan wawancara dengan pengelola desa wisata Melung memiliki beberapa kendala yang bisa jadi benturan mewujudkan desa wisata antara lain adalah Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi kendala yang cukup serius. Apabila desa wisata tidak dikelola oleh SDM yang mempuni, maka akan jalan di tempat bahkan terbengkalai. SDM yang mengetahui tentang desa wisata sangatlah diperlukan. Penggerak utama desa wisata adalah masyarakat. Karenanya, sangat penting untuk mengembangkan skill mereka agar bisa menghidupkan desanya dan mendapat keuntungan darinya. Akan sangat sayang jika di desa, di mana masyarakat harusnya jadi pengelola bukan hanya jadi penonton atau penikmat saja padahal desa

wisata lahir untuk mereka masyarakat desa. Kendala kedua yaitu objek wisata pagubugan lebih terkenal daripada desa Wisata itu sendiri, dan ini menjadi permasalahan tersendiri bagi desa Wisata Melung karena banyak wisatawan yang lebih mengenal pagubugan dari pada desa wisata melung beserta paket wisatanya sehingga destinasi wisata yang lain seperti Rumah Singgah Maria Melung, Edukasi Rumah Produksi Kopilung, Pembuatan Cobek, Makam Syeh Ashari, Makam Kyai Melung, Petilasan Mbah Santareja, Rumah Putih PLTA tidak terexpose dengan baik. Akun Media Sosial Desa Wisata Melung tidak dikelola dengan baik dari segi konten kurang menarik. Postingan pada Instagram Desa Wisata Melung dapat dikatakan cukup banyak namun dari isi konten dirasa kurang menarik dapat dilihat dari teknik pengambilan foto dan video yang kurang tepat hingga isi konten yang asal upload sehingga tidak membuat pengguna tergugah atau memiliki rasa penasaran untuk langsung datang ke wisata tersebut. Fotografi dan videografi merupakan media komunikasi visual dalam promosi produk ataupun jasa dengan tujuan untuk menarik perhatian target konsumen (Andira, Sujana, and Susanti 2023). Penggunaan foto dan video yang dikurasi dengan baik dapat menyatukan keseluruhan promosi periklanan terutama di era digital (Andira, Sujana, and Susanti 2023). Terbukti dengan foto dan video yang epic dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk ataupun jasa (Wahyu, Reza, and Anggalih 2023). Universitas Amikom Purwokerto sebagai salah satu Perguruan Tinggi di Kabupaten Banyumas dengan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat akan mengadakan pelatihan peningkatan keterampilan SDM Desa Wisata Melung sebagai salah satu upaya untuk mencegah ketimpangan antara perkembangan teknologi dalam lingkup kampus dan masyarakat. Sehingga Desa Wisata Melung bisa lebih dikenal masyarakat luas.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan kepada pengelola Desa Wisata Melung. Jumlah peserta adalah 20 orang yang berasal dari kelompok digital kreatif desa wisata Melung dan 5 orang dari Tim Pengabdian Universitas Amikom Purwokerto. Tahapan kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

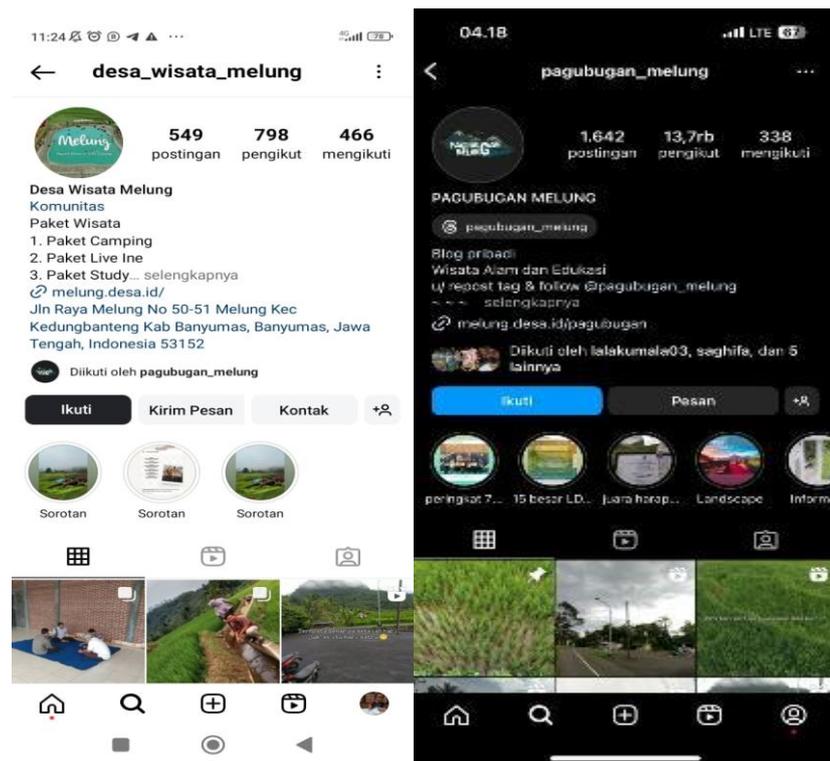
1. Penelusuran dan pengumpulan informasi masalah yang dihadapi Pengelola Desa Wisata Melung dan mencari alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.
2. Tim Pelaksana Pengabdian membuat materi Fotografi dan videografi terkait pemahaman sudut pengambilan gambar, gerak kamera, tema dan konsep konten dalam pengolahan gambar dan video.
3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang meliputi pemberian pengetahuan dan keterampilan kepada pengelola Desa Wisata Melung.
4. Tim pelaksana pengabdian membuat laporan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan tersebut

HASIL

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan lancar dan seluruh kegiatan dapat terealisasikan. Peserta dalam hal ini pengelola desa wisata melung dan masyarakat memberi dukungan dan respon yang cukup positif. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada Bulan Juli 2024 dengan dihadiri 20 peserta tersebut merupakan kelompok digital kreatif desa wisata Melung dan masyarakat dan 5 orang dari tim pelaksana kegiatan Universitas Amikom Purwokerto. Berdasarkan metode pelaksanaan kegiatan berikan adalah rincian pelaksanaan kegiatan :

1. Identifikasi masalah dan analisis penyelesaian masalah

Tim Pelaksana pengabdian dan pengelola desa wisata Melung secara bersama-sama melakukan penelusuran dan pengumpulan informasi masalah yang dihadapi dan mencari alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Masalah tersebut adalah terbatasnya pengetahuan SDM, apabila desa wisata tidak dikelola oleh SDM yang mempunyai, maka akan jalan di tempat bahkan terbenkakai. SDM yang mengetahui tentang desa wisata sangatlah diperlukan. Masalah kedua yaitu objek wisata pagubugan lebih terkenal daripada desa Wisata itu sendiri, dan ini menjadi permasalahan tersendiri bagi desa Wisata Melung karena banyak wisatawan yang lebih mengenal pagubugan dari pada desa wisata melung beserta paket wisatanya sehingga destinasi wisata yang lain seperti Rumah Singgah Maria Melung, Edukasi Rumah Produksi Kopilung, Pembuatan Cobek, Makam Syeh Ashari, Makam Kyai Melung, Petilasan Mbah Santareja, Rumah Putih PLTA tidak terexpose dengan baik. Berikut adalah perbandingan akun Instagram Desa Wisata Melung dan Destinasi Wisata Pagubugan Melung.



Gambar 2. Sosial Media Desa Wisata Melung dan Pagubugan Melung

Akun Media Sosial Desa Wisata Melung tidak dikelola dengan baik dari segi konten kurang menarik. Postingan pada Instagram Desa Wisata Melung dapat dikatakan cukup banyak namun dari isi konten dirasa kurang menarik dapat dilihat dari teknik pengambilan foto dan video yang kurang tepat hingga isi konten yang asal

upload sehingga tidak membuat pengguna tergugah atau memiliki rasa penasaran untuk langsung datang ke wisata tersebut.

2. Merancang materi pelatihan

Untuk menyelesaikan permasalahan yang telah disepakati pada kegiatan sebelumnya, tindakan yang dilakukan adalah perencanaan materi pelatihan. Tim pelaksana menyusun materi pelatihan yang akan di berikan kepada mitra yaitu kelompok Digital Kreatif. Secara keseluruhan apa yang akan di capai dalam kegiatan pelatihan ini adalah meningkatkan pengetahuan peserta terkait Foto dan video yang akan dipublikasi pada media promosi, hal ini dilihat dari salah satu keunggulan media promosi yang lebih mudah viral dan menjangkau masyarakat lebih luas (Paskalina, Nirwana, and Nugroho 2021)(Pangestu and Arjo 2022). Selain dianggap cukup efektif dan efisien, biaya yang dikeluarkan juga dapat diminimalkan terutama untuk mengikuti tren pemasaran digital saat ini(Andriana and Pingki 2022). Dari apa yang telah disampaikan pokok materi pelatihan dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Materi dan target capaian

No	Materi	Luaran / Capaian
1	Pengambilan Sudut Kamera	Peserta mampu menghasilkan dokumentasi gambar maupun video dengan sudut kamera yang lebih bermakna.
2	Pengolahan Gambar dan Video menggunakan Picsart dan Canva	Peserta mampu menghasilkan olahan gambar maupun video yang di publikasikan pada media social.
3	Membuat akun Iklan dan penjadwalan kalender konten dan ads	Peserta mampu menghasilkan akun serta membuat rencana kalender konten dan jadwal promosi
4	Strategi Menentukan demografi dan tujuan iklan	Peserta mampu memahami strategi demografi dan tujuan sasaran iklan pada media sosial

3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pemberian pengetahuan dan keterampilan dalam bentuk pelatihan konten media meliputi fotografi dan pengolahan konten yang diikuti sebanyak 20 peserta kolompok digital kreatif pengelola Desa Wisata Melung yang ditujukan pada gambar 3. Alat yang digunakan adalah kamera canon yang memiliki kelebihan kualitas gambar yang baik dilengkapi dengan sensor APS-C beresolusi 18 megapiksel, yang menghasilkan gambar yang tajam dan berdetail tinggi, artikulasi

layar LCD dan perekaman video berkualitas tinggi. Untuk mengambil foto dan video diperlukan beberapa teknik untuk mempercantik hasil sehingga bisa digunakan sebagai alat komunikasi dengan konsumen untuk menjalin kontak pemahaman makna. Salah satu teknik yang diajarkan adalah motion blur, teknik zoom atau perbesar gambar hingga teknik pengambilan angle. Alat bantu software yang digunakan adalah Picsart dan canva. Picsart banyak digunakan oleh editor foto dan video karena memori penyimpanan yang ringan sehingga dapat digunakan oleh pengelola atau masyarakat yang memiliki keterbatasan perangkat, fitur yang dapat digunakan sesuai kebutuhan, memberikan kebebasan berkreasi untuk pengguna dan yang tidak kalah penting adalah antar muka yang cukup sederhana sehingga mudah digunakan oleh orang awam sekalipun. Aplikasi Canva juga dipilih karena tersedia dalam versi aplikasi dan web, memiliki fungsi yang cukup lengkap untuk foto dan video dan juga bisa membantu pengelola dan masyarakat untuk membuat desain untuk ditampilkan di media sosial desa wisata melung.



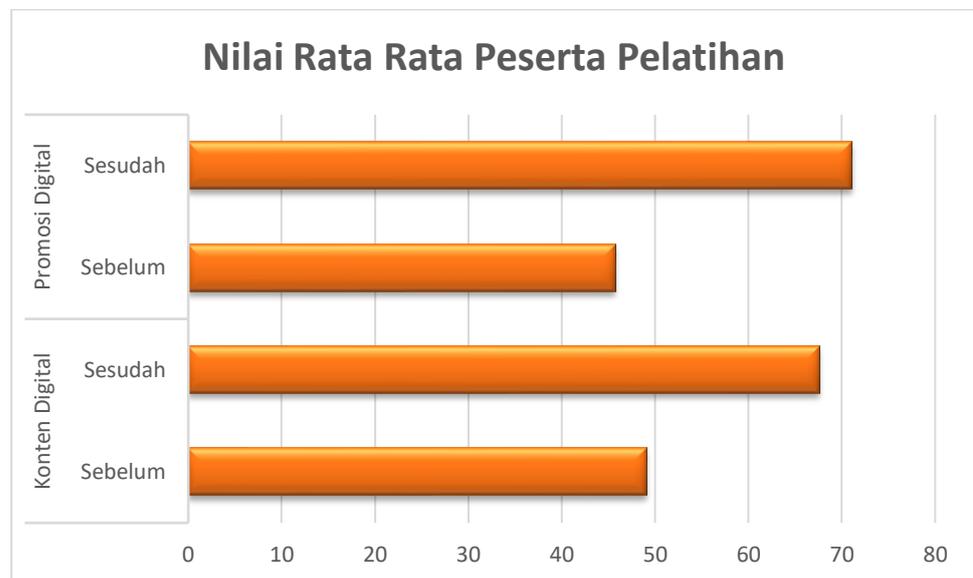
Gambar 3. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Fotografi Grafi

Kegiatan pelatihan berikutnya adalah pelatihan promosi melalui media social. Peserta yang ikut adalah 20 orang kelompok digital kreatif pengelola Desa Wisata Melung. Peserta dibekali dengan penguatan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat iklan dan mengatur stragtegi promosi melalui media sosial.



Gambar 4. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Promosi

Peserta dipersilakan langsung mempraktekan materi yang disampaikan sehingga kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan yaitu media sosial desa wisata melung dapat aktif kembali dengan postingan yang dapat membuat konsumen penasaran untuk datang berwisata mengenal lebih jauh apa saja objek wisata Desa Melung. Gambar 5 menunjukkan peningkatan pengetahuan SDM dilihat dari nilai rata - rata peserta terkait Konten Digital dan Promosi Digital sehingga media sosial Desa Wisata Melung dapat bersaing dengan objek wisata lainnya di Kabupaten Banyumas melalui pemanfaatan media digital. Evaluasi ini dilakukan melalui pengujian pre-test dan post-test kepada 20 peserta kelompok digital kreatif pengelola desa wisata Melung.



Gambar 5. Grafik Peningkatan Pengetahuan SDM

4. Penyusunan Laporan Akhir

Pada tahapan ini Tim pelaksana kegiatan bertanggungjawab melaporkan hasil kegiatan untuk melihat apakah kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar, mencapai tujuannya yaitu meningkatkan pengetahuan SDM Pengelola Desa Wisata melung mengenai teknik pengambilan foto dan video hingga teknik editing.

KESIMPULAN

Sumber Daya Manusia (SDM) terbukti memiliki peranan yang cukup penting dalam pengelolaan Desa Wisata Melung karena salah satu tujuan dari adanya desa wisata selain mengenalkan budaya setempat kepada masyarakat luas sehingga akan berdampak positif bagi perekonomian masyarakat sesuai dengan ungkapan dari rakyat dan untuk rakyat. Pelatihan yang diberikan dapat meningkatkan pengetahuan

SDM mengenai teknik pengambilan dan editing Foto dan video yang akan dipublikasi pada media promosi, hal ini dilihat dari salah satu keunggulan media promosi yang lebih mudah viral dan menjangkau masyarakat lebih luas sehingga Desa Wisata Melung dapat dikenal masyarakat lebih luas dan mampu bersaing dengan objek wisata lainnya di Kabupaten Banyumas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, Ghifari Alfi, Aprianti Putri Sujana, and Fitri Susanti. 2023. "Peran Fotografer Dalam Proses Pembuatan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Adconomic Digital Advertising Agency (Studi Kasus : Taska Indonesia)." *e-Proceeding of Applied Science* 9(3): 2021–23.
- Andriana, Ana Noor, and Pingki Pingki. 2022. "Penerapan Teknik Foto Produk Dan Video Reel Instagram Bisnis Sebagai Optimalisasi Strategi Social Media Marketing Dalam Menyambut Ikn." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6(4): 3101.
- Herman, Nance, and Bambang Supriadi. 2017. "Potensi Ekowisata Dan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Pariwisata Pesona* 2(2): 1–12.
- Krisnawati, Inti. 2021. "Program Pengembangan Desa Wisata Sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid Dan Implementasinya." *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* 4(2): 211–21.
- Pangestu, A D, and T ramadani Arjo. 2022. "Pembuatan Media Promosi Video Iklan Dengan Menggunakan Aplikasi Sony Vegas Pro Untuk Menarik Minat Beli Di Bu'E" *Jurnal Aplikasi Bisnis* 8(1): 1–6. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/617>.
- Paskalina, Anastasia Jovita, Aditya Nirwana, and Didit Prasetyo Nugroho. 2021. "Perancangan Konten Visual Sebagai Media Promosi Pada Sosial Media Instagram Kafe Regina Di Kabupaten Tulungagung." *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi* 2(1): 159–75.
- Sudibya, Bagus. 2018. "Wisata Desa Dan Desa Wisata." *BALI MEMBANGUN BALI JURNAL BAPPEDA LITBANG* 1(1): 1–30. <http://www.berdesa.com/apa-beda-desa-wisata-dan-wisata-desa>.
- Sugiarti, Rara, Istijabatul Aliyah, and Galing Yudana. 2016. "Pengembangan Potensi Wisata Di Kabupaten Ngawi." *Cakra Wisata* 17(2): 14–26.
- Wahyu, Mochamad, Ar Reza, and Nanda Nini Anggalih. 2023. "Perancangan Fotografi Sebagai Media Promosi Digital Brand Lokal CUTOFF." *Jurnal Barik* 4(3): 259–67. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.