

Original Research Paper

Perancangan Branding Desa Melalui Media Visual di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Lombok Timur

Ahmad Jupri^{*1 a)}, Baiq Ummu Khofifah², Jamilatul Laili³, Ersu Maulidiatus Soleha⁴, Eka Sunarwidi P⁵, Tapaul Rozi⁶, Pahmi Husain⁷

^{a*1} Program Studi Ilmu Lingkungan Fakultas MIPA, Universitas Mataram, Indonesia

² Program Studi Sosiologi Universitas Mataram, Indonesia,

³ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

⁴ Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum, Universitas Mataram, Indonesia

⁵ Program Studi Biologi FMIPA, Universitas Mataram, Indonesia

⁶ Program Studi Ilmu Peternakan Fakultas Peternakan, Universitas Mataram, Indonesia

⁷ Program Studi Biologi, Fakultas MIPA, Universitas Nahdlatul Wathan Mataram, Indonesia

<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i3.2184>

Sitasi: Jupri, A., Khofifah, B. U., Laili, J., Soleha, E. M., Sunarwidi P, E., Rozi. T & Husain, P (2022). Perancangan Branding Desa Melalui Media Visual di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3)

Article history

Received: 01 Juni 2022

Revised: 31 Agustus 2022

Accepted: 09 September 2022

*Corresponding Author: Moh.

Irawan Zain, Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, FKIP, Universitas Mataram, Indonesia. Email: irawanzain_fkip@unram.ac.id

Abstract: Desa Kalijaga Timur merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sebagian besar masyarakat yang ada di Desa Kalijaga Timur berprofesi sebagai petani, wilayah desa kajibaga timur dienuhi oleh lahan persawahan warga dan juga tumbuhan kelor, meskipun begitu masyarakat belum mampu secara maksimal mengembangkan potensi tersebut, misalnya tumbuhan kelor yang tumbuh hampir di seluruh pekarangan warga belum mampu di manfaatkan secara optimal oleh masyarakat dikarenakan kurangnya pengetahuan serta pemahaman tentang pengolahan kelor menjadi produk yang bermanfaat untuk kesehatan dan bernilai ekonomis. Oleh karena itu kegiatan pemberdayaan ini dilakukan dalam rangka memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai pengembangan olahan daun kelor kepada masyarakat menjadi teh kelor yang kaya akan manfaat. Manfaat kelor diantaranya dapat memperkuat kesehatan tulang, mencegah hipertensi, meningkatkan produksi ASI (Air Susu Ibu), mengobati anemia, anti-penuaan dan perawatan kulit, melindungi saraf, hingga mencegah dan mengobati diabetes. Sasaran program ialah remaja perempuan dan ibu-ibu di Desa Kalijaga Timur. Rangkaian kegiatan program pemberdayaan terdiri dari, sosialisasi manfaat kesehatan dan ekonomi tanaman kelor, pelatihan tentang pengolahan produk teh kelor hingga tata cara pengemasan Teh Kelor. Hasil dari program ini yaitu masyarakat Desa Kalijaga Timur mampu mengolah kelor menjadi produk yang bernilai ekonomis tinggi yaitu teh kelor, yang diharapkan dapat menjadi produk yang bisa berdaya saing di pasar sehingga dapat menambah pendapatan masyarakat desa.

Keywords: Teh Kelor, manfaat, program

Pendahuluan

Potensi wisata alam di Desa Tetebatu Selatan diantaranya yaitu Air Terjun, *Camping Ground* dan Topografi persawahan. Desa Tetebatu

Selatan tidak hanya memiliki wisata alam, namun juga memiliki potensi wisata adat-budaya yaitu kampung adat, wisata *agriculture* (Agro Wisata) yaitu kampung buah, bahkan wisata edukasi yaitu

Kampung Inggris Aren (Pemerintah Desa Tetebatu Selatan, 2021).

Branding Desa adalah perencanaan dan perancangan pembangunan desa (brand desa) dan produk turunan lainnya di bidang ekonomi, pariwisata, budaya dan lain-lain (brand produk). Selain itu, kegiatan *branding* memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan pengunjung yang ingin berkunjung ke suatu tempat tertentu. Kegiatan branding ini lebih sering digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau tempat, terutama dalam konteks objek wisata karena branding bertujuan untuk memberikan identitas suatu obyek wisata sesuai dengan keadaannya. (Prabowo et al., 2019).

Desa Tetebatu Selatan adalah Desa Wisata yang menjadi Pintu Masuk menuju Desa-desa lain yang ada di Kawasan Selatan Gunung Rinjani, selain menyajikan Akomodasi dan Bentangan Alam yang indah, Desa Tetebatu Selatan memiliki karakteristik yang dan menarik untuk dikunjungi. Kondisi tofografi yang cukup mudah untuk diakses merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke desa Tetebatu Selatan. Disamping itu, terdapat fasilitas pendukung seperti penginapan, transportasi, dan tempat makan cukup mudah untuk ditemukan. Untuk lokasi wisata, tetebatu selatan memiliki banyak pilihan wisata. Desa yang bersih dan sehat menjadi salah satu tujuan para wisatawan untuk dikunjungi (Jupri *et al.*, 2022). Untuk menghadapi masalah dan persaingan dengan desa wisata yang lain perlu adanya suatu tindakan serius dalam hal promosi atau *branding* desa sebagai salah satu tujuan wisata agar para pengunjung/wisatawan dapat lebih mudah mengetahui secara detail potensi yang ada di Desa Tetebatu Selatan.

Fenomena media sosial kian berkembang di tengah-tengah masyarakat di era teknologi industri 4.0 yang sebagian besar penggunaanya adalah kalangan millennial. Penggunaan media sosial memiliki manfaat yang besar dalam berbagai aktivitas kehidupan bermasyarakat. Sosial media yang berkembang pesat mampu menjangkau masyarakat luas dengan sangat cepat, memangkas waktu dan biaya dalam waktu. Manfaat sosial media dalam mem-*branding* desa berfungsi untuk mempromosikan berbagai macam potensi desa seperti desa wisata, desa hijau, desa industry dan lain-lain sehingga program branding desa dapat menjadi media edukasi, penyebaran berbagai

informasi, dan menjelaskan secara audio visual suatu program desa atau kekhasan suatu daerah (Permatasari, 2022).

Beragam potensi yang dimiliki desa Tetebatu Selatan dapat disaksikan secara langsung namun masih minim akan informasi yang disebarluaskan kepada masyarakat luas, sehingga potensi-potensi tersebut tidak dapat diakses oleh khalayak melalui platform sosial media yang sedang berkembang. Padahal, jika dilakukan peningkatan penyebaran berita dan informasi menggunakan platform media social, tentunya potensi dan kekhasan yan ada desa tersebut akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan demikian akan mengundang wisatawan atau pengunjung dari berbagai daerah, sehingga memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian masyarakat setempat.

Peranan konsep *branding* dalam *media design* komunikasi visual yang efektif mampu memvisualisasikan suatu identitas serta dapat mempromosikan Desa Tetebatu Selatan sebagai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lombok Timur. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mem-*branding* Desa Tetebatu Selatan melalui pembuatan video (visual) sehingga dapat diputar oleh masyarakat luas untuk melihat potensi-potensi yang ada di desa Tetebatu Selatan.

Metode

Branding Desa Tetebatu Selatan dilaksanakan selama 14 Hari, dari tanggal 05 Juli 2022 hingga 17 Juli 2022. Kegiatan pengabdian mem-*branding* desa wisata dilakukan dengan dua metode, yaitu diskusi dan demonstrasi yang melibatkan masyarakat, pemuda dan segenap jajaran perangkat desa.

Kegiatan branding desa Tetebatu Selatan mencakup tiga hal yaitu, (a)Pelatihan Pembuatan Instagram, Facebook, dan Youtube Beserta Edukasi Pengelolaan Konten di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. (b) Pelatihan Pembuatan Konten Video dengan konsep digitalisasi Produk Wisata sebagai Upaya Promosi Desa Wisata (c) Perancangan Destination Branding Desa Tetebatu Selatan melalui Video Promosi desa Wisata.

Adapun beberapa Lokasi *shooting* program Branding Desa ini antara lain:

- Pertama: *Scene* melihat sawah yang berlokasi di dusun Penyonggok
- Kedua: *Scene* kopi siong kete yang berlokasi di dasan Penyonggok
- Ketiga: *Scene* pisang sale yang berlokasi di Otak Hangket
- Keempat: *Scene* air terjun yang berlokasi di dusun Peyonggok
- Kelima: *Scene* api unggun yang berlokasi di Keselet Aren
- Keenam: *Scene* penginapan di flush harmoni berlokasi di Lekong Pituq Daya.

Pada Branding Desa ini pengambilan gambar pada semua dusun yang ada di Tetebatu Selatan agar para *viewer*/konsumen lebih mengenal spot-spot wisata yang berada di semua dusun di desa Tetebatu Selatan.

Hasil dan Pembahasan

Branding Desa adalah salah satu teknik promosi untuk meningkatkan daya tarik/minat pengunjung. Kegiatan ini diharapkan dapat menyebarkan informasi dan mempromosikan potensi-potensi yang ada di desa Tetebatu Selatan seperti objek wisata, budaya dan kultur sosial masyarakat. Tim pengabdian memilih strategi Branding Desa melalui Visual dikarenakan melihat banyaknya anak remaja hingga orang tua sudah memiliki *smartphone* yang digunakan untuk mencari informasi secara mudah dan cepat.

Potensi desa Tetebatu Selatan sebagai salah satu destinasi desa wisata perlu dikembangkan dipromosikan kepada masyarakat luas melalui trend atau pola-pola baru agar dapat menarik perhatian dari berbagai kalangan sebagai salah satu nilai tambah pendapatan masyarakat (Jupri et al., 2022)

Kegiatan branding desa dilakukan secara bertahap mulai dari pemilihan spot/titik pengambilan gambar, kemudian pengambilan video, proses editing video dan terakhir tahap produksi video secara visual. Pengambilan gambar dilakukan di semua dusun yang ada di desa Tetebatu Selatan (Gambar 1). Proses pengambilan gambar dilakukan menggunakan *camera* atau *smartphone* dengan kualitas full HD sehingga kualitas gambar atau video yang dihasilkan memiliki ukuran resolusi yang tinggi dan menarik untuk ditonton di berbagai platform sosial media.



Gambar 1. Pengambilan Gambar dan *Scene* menggunakan Camera

Gambar 1 itu adalah *scene* penanaman padi oleh masyarakat sehingga wisatawan dapat melihat warga lokal yang sedang menanam padi yang berlokasi di dusun Penyonggok melalui tayangan video yang dibuat. Pengambilan gambar yang detail dan komunikatif dapat memberikan informasi akurat kepada para penonton, pengunjung yang melihat tayangan promosi di berbagai media masa (Wahyudin *et al.*, 2021).



Gambar 2. Pengambilan *Scene* di Kebun Aren

Pengambilan scene air aren (Gambar 2) bertempat di dusun Keselet Aren. Air aren ini memiliki pohon yang lumayan besar yang berlokasi di tengah-tengah hutan, Air aren ini juga bukan hanya untuk di minum tetapi masih banyak lagi yang bisa diolah salah satunya menjadi gula aren, dalam pembuatan gula aren ini dengan cara dimasak sampai kurang lebih 5 jam hingga berubah warna dan mengental. Dalam *Scene* ini menggambarkan proses produksi air aren (*tuak manis*: dalam Bahasa Sasak).



Gambar 3. *Scene* Pembuatan Minyak Kelapa

Pengambilan *scene* pembuatan minyak kelapa seperti yang bisa dilihat di Gambar 3 di atas menggambarkan bahwa wisatawan ikut serta dalam pembuatan minyak kelapa yang dibuat secara langsung oleh warga lokal kemudian diproduksi oleh masyarakat setempat, sehingga dapat dikomersilkan sebagai oleh-oleh maupun industri bisnis skala kecil dan menengah..



Gambar 4. *Scene* Air Terjun Jero Juangga

Scene air terjun Jero Juangga berlokasi di dusun Penyongkok, air terjun ini salah satu wisata alam yang di miliki oleh Desa Tetebatu Selatan yang masih di kelola olah warga lokal. Pada scene ini, pengambilan video wisawatan yang sedang berkeliling di sekitar air terjun sambil menikmati pemandangan yang ada di lokasi.

Kegiatan terakhir yaitu mendemonstrasikan pembuatan video dan gambar menggunakan aplikasi Instagram, Facebook dan Youtube mulai dari proses editing sampai pada tahap produksi dalam bentuk Famplet dan Video untuk disebarluaskan melalui kanal media sosial yang sudah disiapkan. Misalnya proses pembuatan video melalui kanal YouTube harus melalui tahapan editing, pengaturan video, penambahan filter, penambahan teks dan audio/musik dan proses creating video (Kompas, 2022).

Periklanan bersifat informatif yaitu pengelola harus merancang iklan yang menarik

seputar informasi penting mengenai obyek bisa disampaikan dalam media visual. *Branding* yang menonjolkan keunggulan obyek biasanya dikategorikan sebagai iklan yang informatif dan dapat menarik perhatian pengunjung baru. Program Branding Desa Tetebatu Selatan diharapkan sebagai terobosan baru untuk mempromosikan objek wisata dan kultur sosial budaya yang ada di desa Tetebatu Selatan. Sehingga pengunjung atau wisatawan yang berasal dari berbagai daerah datang dan menyaksikan keindahan desa wisata Tetebatu Selatan Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur. Pada akhirnya memberikan nilai tambah bagi kemajuan ekonomi masyarakat lokal yang ada di desa tersebut.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian di Desa Tetebatu Selatan dalam mem-branding desa melalui media visual dapat menawarkan dan mempromosikan beragam potensi dan keunikan desa melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube sehingga mampu menarik perhatian wisatawan dan masyarakat luas dari berbagai daerah. Kegiatan diskusi dan demonstrasi mulai dari persiapan, pengambilan *scene* foto dan video sampai pada tahap produksi dan penyebaran informasi visual secara online mendapatkan respon dan dukungan yang besar dari para pengelola, pengguna dan pemuda Desa Tetebatu Selatan. Dengan harapan *output* dari kegiatan pengabdian ini menjadi awal kemajuan industri desa wisata yang ada di desa setempat sehingga memberikan dampak positif dalam memajukan kegiatan perekonomian masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Mataram, Kepala Desa Tetebatu Selatan, Sekretaris Desa Tetebatu Selatan, serta segenap perangkat pemerintah desa serta Warga Masyarakat Desa Tetebatu Selatan, atas bantuan dan dukungannya selama kegiatan Pengabdian kepada masyarakat berlangsung hingga kegiatan berakhir.

Daftar Pustaka

- Jupri, A., Husain, P., Sucianawati, E., Ardina, G. A. D. N., Sunarwidi, E., & Rozi, T. (2022). Cegah Stunting dengan Penerapan Pola Hidup Bersih dan Sehat di Desa Penedagandor Kecamatan Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur. *ALAMTANA: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 3(2), 101-106.
- Jupri, A., Syirojulmunir, D., Firmansyah, A., Prasedya, E. S., & Rozi, T. (2022). Rancang Bangun Papan Informasi Destinasi Wisata sebagai Penunjuk Lokasi Wisatawan di Desa Tetebatu Selatan Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 380-385.
- Kompas. 2022. Cara Mengedit Video Menggunakan YouTube Video Editor, dikases pada <https://tekno.kompas.com/read/2022/05/16/10150037/cara-mengedit-video-di-youtube-yang-telah-terunggah-dengan-cepat>.
- Permatasari, D. N. C. (2022). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan melalui Visual Branding dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 9-22.
- Prabowo, O. A., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Wahyudin, A., Kristiadi, D., Utomo, A. S., Marwati, A., & Gulang, R. A. (2021). Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 154-162.