



Pemanfaatan Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi dalam Upaya Rebranding Kampung Wisata Ekologi Temas Kota Batu

Alvito Rizki Ananda¹, Made Bambang Adnyana²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: alvitor606@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-05-07 Revised: 2024-06-27 Published: 2024-07-01 Keywords: <i>Kampung Wisata Ekologi;</i> <i>Temas;</i> <i>Promotion;</i> <i>Rebranding;</i> <i>Video Profile.</i>	Kampung Wisata Ekologi Temas, a village in Batu, East Java, Indonesia, has undergone major changes since it started in 2014. Initially, this village was known as a thematic village that provided education about the environment and waste management. However, during the COVID-19 pandemic, village communities are still facing difficulties in recovering from the negative impact on the tourism sector. Therefore, a more innovative and efficient promotional strategy is needed, such as creating a video profile to reintroduce the Village. It is hoped that the video can increase public awareness and interest in the village, as well as introduce local identity and culture, while changing negative perceptions that may exist. The process of creating this video uses the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) Method, which includes various stages from planning to deployment. Even though there are several obstacles that may arise, such as limited resources and weather factors, the right strategy can overcome these problems well, including careful planning, close collaboration between various related parties, and creativity in adapting plans according to needs. Thus, making a video profile is considered an important step in reintroducing Kampung Wisata Ekologi Temas as an attractive and environmentally responsible tourist destination.

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-05-07 Direvisi: 2024-06-27 Dipublikasi: 2024-07-01 Kata kunci: <i>Kampung Wisata Ekologi;</i> <i>Temas;</i> <i>Promosi;</i> <i>Rebranding;</i> <i>Video Profil.</i>	Kampung Wisata Ekologi Temas, sebuah desa di Batu, Jawa Timur, Indonesia, telah mengalami perubahan yang besar sejak dimulai pada tahun 2014. Pada awalnya, desa ini dikenal sebagai kampung tematik yang memberikan edukasi tentang lingkungan dan pengelolaan sampah. Namun, selama pandemi <i>Covid-19</i> , masyarakat desa masih menghadapi kesulitan dalam pemulihan dari dampak negatif pada sektor pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang lebih inovatif dan efisien, seperti pembuatan video profil untuk memperkenalkan kembali Kampung Wisata Ekologi. Video tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap desa tersebut, serta memperkenalkan identitas dan budaya lokalnya, sekaligus merubah persepsi negatif yang mungkin ada. Proses pembuatan video ini menggunakan Metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC), yang mencakup berbagai tahapan mulai dari perencanaan hingga penyebaran. Kendati terdapat beberapa hambatan yang mungkin timbul, seperti keterbatasan sumber daya dan faktor cuaca, strategi yang tepat dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik, termasuk perencanaan yang matang, kerjasama yang erat antara berbagai pihak terkait, dan kreativitas dalam mengadaptasi rencana sesuai kebutuhan. Dengan demikian, pembuatan video profil dianggap sebagai langkah penting dalam mempromosikan kembali Kampung Wisata Ekologi Temas sebagai destinasi wisata yang menarik dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

I. PENDAHULUAN

Kampung Wisata Ekologi Temas, terletak di Kecamatan Temas, Batu, Jawa Timur, Indonesia, adalah sebuah desa dengan mayoritas penduduk yang bekerja sebagai petani dan pedagang. Desa ini dikenal sebagai kampung tematik yang mengedukasi tentang lingkungan hidup dan pengelolaan limbah. Sejak dimulai pada tahun 2014, Kampung Wisata Ekologi telah aktif dalam pemilahan dan pemanfaatan sampah secara berkelanjutan untuk mengurangi limbah. Hal ini bermula dari kekhawatiran warga akan keadaan

lingkungan yang kumuh, yang kemudian memicu kesadaran dan inisiatif untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan juga nyaman. Transformasi ini memberikan dampak positif bagi Kampung Wisata Ekologi, yang berkomitmen untuk menjadi kampung wisata yang berkelanjutan. Pada tahun 2016, kampung ini mulai dikenal sebagai instansi poin program lingkungan, dan pada tahun 2017, Kampung Wisata Ekologi diresmikan sebagai daya tarik wisata dengan fokus pada edukasi lingkungan dan pengelolaan sampah. Kampung ini terus

berkembang dan menawarkan berbagai kegiatan wisata menarik seperti Lorong Tematik, pembuatan ecoprint, dan edukasi peternakan.

Meskipun demikian, hasil pengamatan selama masa pandemi *Covid-19* menunjukkan bahwa masyarakat Kampung Wisata Ekologi masih mengalami kesulitan untuk pulih dari dampak yang dirasakan oleh sektor pariwisata. Hal ini menjadi ancaman besar bagi keberlangsungan kegiatan pariwisata di kampung tersebut. Selain itu, dalam upaya rebranding Kampung Wisata Ekologi, terlihat perlunya strategi promosi yang lebih efektif dan modern. Kurangnya pemanfaatan media promosi yang dapat menyampaikan potensi wisata di kampung tersebut, serta kurangnya pembaruan promosi melalui video, menunjukkan adanya kesenjangan dalam penjangkauan dan komunikasi dengan calon wisatawan. Tantangan lainnya termasuk minimnya pemahaman masyarakat akan potensi pariwisata yang dimiliki dan kurangnya kesadaran akan pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis yang lebih proaktif dan terarah dalam memperkenalkan potensi-potensi pariwisata kampung secara lebih luas dan menjangkau wisatawan yang lebih banyak melalui media yang relevan dan efektif.

Dalam era digital ini, wisatawan memiliki akses lebih mudah untuk mengenal berbagai produk destinasi dan layanan jasa yang ditawarkan, yang menjadi perhatian utama mereka (Michandani & Arida, 2019). Media sosial telah menjadi dominan dalam berbagai aktivitas, membantu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas. Oleh karena itu, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah membuat video *rebranding* yang menggambarkan potensi desa wisata, kemudian mempublikasikannya di media sosial, terutama situs web seperti YouTube.

Branding adalah aktivitas yang bertujuan untuk mengkomunikasikan, membangun, atau memperluas brand ataupun merek suatu perusahaan. Kotler, dalam Fauzi (2021), mendefinisikan *branding* sebagai pemberian identitas, seperti nama, simbol, atau desain, pada produk atau jasa untuk membedakannya dari pesaing. Tujuan *branding* adalah menciptakan kesan positif dan pesan yang melekat dalam pikiran dan perasaan konsumen terhadap suatu brand (Farid, dalam Setiawan, 2021). Brand atau merek telah menjadi hal yang umum dalam berbagai industri, termasuk industri pariwisata di Kota Batu. Kota Batu dikenal sebagai kota

wisata yang memiliki beragam daya tarik, salah satunya adalah kampung wisata. Kampung wisata merupakan gabungan atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang diintegrasikan dalam kehidupan masyarakat dengan aturan dan tradisi lokal (Nuryanti, dalam Ghozali dkk, 2023). Salah satu contohnya adalah Kampung Ekologi Temas.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, yang memanfaatkan narasi atau kata-kata untuk menganalisis, menguraikan, dan menjelaskan makna dari fenomena yang diteliti (Waruru, 2023). Informan kunci dalam penelitian ini adalah Ibu Yulaikah, salah satu pengelola Kampung Wisata Ekologi; Bapak Taslan, Ketua RW.06 Kelurahan Temas; Mbak Kiki, anggota Karang Taruna RW 06; serta ibu-ibu PKK Kampung Ekologi Temas. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan tidak langsung, Focus Group Discussion (FGD) dengan pengelola Kampung Wisata Ekologi, serta melalui konsultasi dan pendampingan. Lokasi dan waktu pelaksanaan pengabdian ini berada di wilayah Kelurahan Temas, tepatnya di Kampung Wisata Ekologi Temas, dimulai dari tanggal 19 Februari 2024 sampai tanggal 19 Maret 2024. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu perencanaan konsep video profil untuk *rebranding* Kampung Wisata Ekologi melalui media youtube, di tahap ini mahasiswa mulai merancang dan mendiskusikan skenario serta desain video yang akan dibuat. Selain itu peneliti juga melakukan observasi lokasi yang akan menjadi titik pengambilan video profil dan juga pemilihan aplikasi *editing* untuk mentahan video profil seperti Pelaksanaan pengambilan video sebagai bahan video profil, Pengeditan bahan video menjadi video profil, revisi *editing* dan, Pengunggahan hasil *editing* video profil di platform Youtube.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Kampung Wisata Ekologi, yang terletak di Jl. Patimura GG V. RW 06, Kelurahan Temas, Kota Batu, adalah destinasi wisata unik yang mengedukasi tentang lingkungan dan daur ulang sampah. Desa ini dikenal sebagai "Desa Besul" oleh masyarakat sekitar. Dengan 369 kartu keluarga dan tersebar di 6 RT, mayoritas penduduknya bekerja sebagai kuli

panggul, pedagang makanan, dan petani. Konsep eduwisata tentang lingkungan dan daur ulang sampah dipilih untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan serta untuk dapat membentuk mentalitas yang mendukung keamanan, kenyamanan, keindahan, kesehatan, dan kebebasan dari banjir di dunia. Proses pembentukan Kampung Wisata Ekologi dimulai pada tahun 2014, dimotivasi oleh kekhawatiran atas kondisi lingkungan yang kumuh dan tidak terawat di sekitar kampung. Warga mulai peduli dan memperbaiki lingkungan dengan membersihkan gang dan menanam tumbuhan. Respons positif dari warga sekitar mendorong mereka untuk lebih peduli terhadap lingkungan. Dengan dorongan ini, Kampung Wisata Ekologi mulai aktif dalam lomba kebersihan lingkungan yang diadakan oleh Pak Adit, Lurah Temas pada tahun 2014. Dalam lomba ini, setiap RW di Kelurahan Temas berpartisipasi, namun berkat kerjasama warga RW 06, Kampung Wisata Ekologi berhasil menjadi pemenangnya.

Kampung Wisata Ekologi Temas, bagian dari Desa Besul di RW 06, Kelurahan Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur, memiliki batas-batas wilayah yang jelas. Di sebelah utara berbatasan dengan RW 01 dan RW 02, di sebelah timur dengan Kelurahan Torongrejo, di sebelah barat dengan RW 09 dan RW 07 bagian timur, serta di sebelah selatan dengan RW 07 bagian barat. Lokasinya di Jl. Pattimura Gang V sangat strategis bagi wisatawan yang berada di Kota Batu atau merencanakan perjalanan ke sana. Terletak tepat di pinggir jalan raya besar, mudah dijangkau terutama dari Kota Malang, karena berada di sebelah kanan jalan. Keberadaan lokasi yang strategis ini juga menjadi keuntungan bagi keluarga atau kelompok besar yang membawa anak-anak, karena memberikan akses mudah ke destinasi yang menarik dan juga edukatif. Ini menjadikan Kampung Wisata Ekologi Temas sebagai pilihan menarik bagi berbagai jenis pengunjung.

Menurut Laksono (2020), eduwisata adalah kombinasi antara kegiatan belajar dan pariwisata. Pitman dalam Sofia (2022) mendefinisikan eduwisata sebagai aktivitas yang menggabungkan pembelajaran yang direncanakan dengan pengalaman yang terorganisir. Pitman mengidentifikasi tiga karakteristik utama dari eduwisata: pertama,

pendidikan menjadi fokus utama dari kegiatan pariwisata, kedua pengalaman pariwisata digunakan sebagai sarana pembelajaran dan ketiga, kegiatan pariwisata tersebut disusun sesuai dengan program pendidikan yang telah dirancang khusus. Konsep ini menitikberatkan pada pembelajaran terstruktur dan juga pengalaman yang terencana dalam konteks pariwisata.

Menurut Pitana, dalam Fadjarajani S (2021), Konsep potensi wisata merujuk pada daya tarik khusus yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata, yang dapat menarik minat para wisatawan dan memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik utama. Meskipun belum sepenuhnya dimanfaatkan secara maksimal, aspek-aspek ini memiliki potensi untuk menjadi fokus perhatian yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut. Menurut Pitana, dalam (Indrianeu, Fadjarajani, dan Singkawijaya 2021), Potensi pariwisata adalah daya tarik unik yang dimiliki oleh suatu daerah dan dapat diperluas menjadi atraksi wisata menarik. Ini dapat menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut, bahkan jika pada awalnya daerah tersebut belum dikelola dengan baik. Potensi pariwisata dapat dibagi menjadi tiga kategori utama: alam, kebudayaan, dan manusia.

Dari hasil observasi di Kampung Wisata Ekologi, terdapat beberapa potensi wisata yang dapat dimanfaatkan untuk *rebranding* melalui video profil. Potensi-potensi tersebut meliputi kambing etawa, perkebunan bunga, pertanian bawang sebagai aspek potensi alam. Selain itu, terdapat juga potensi ecoprint, eco enzyme, komposter, gang tematik, dan batu into green sebagai bagian dari potensi kebudayaan. Potensi-potensi ini menunjukkan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh kampung tersebut, yang dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Melalui video profil yang menarik, potensi-potensi ini dapat lebih dikenal dan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Wisata Ekologi. Semua ini menjadikan Kampung Wisata Ekologi Temas destinasi ideal untuk belajar sekaligus berwisata. Berikut merupakan penjabaran tiap potensi yang terdapat di kampung wisata ekologi temas.

1. Peternakan Kambing Etawa

Kambing Etawa dikenal karena susunya yang berkualitas tinggi dan kaya nutrisi. Di Kampung Wisata Ekologi, kambing-kambing ini dipelihara dengan standar

tinggi. Limbah peternakan mereka diolah menjadi kompos organik, sementara susu mereka dikumpulkan untuk diproduksi. Selain itu, tempat ini juga menawarkan wisata edukatif tentang peternakan yang ramah lingkungan. Wisatawan bisa memberi makan kambing, melihat proses pemerahan susu, dan belajar tentang berbagai produk yang bisa dihasilkan dari kambing Etawa.

2. Peternakan Kambing Sapera Temas Jaya Farm

Merupakan perusahaan peternakan yang fokus pada kambing sapera yang terletak di Kampung Wisata Ekologi. Kambing sapera adalah hasil persilangan antara kambing Saanen dan peranakan Etawa. Kualitas kambing sapera di Temas Jaya Farm sangat baik karena mereka berasal dari kambing impor dari berbagai negara. Kambing sapera ini mampu menghasilkan susu sebanyak 1,4-2 liter per hari. Para wisatawan dapat mengunjungi Temas Jaya Farm untuk mengikuti kegiatan pemerahan susu dan juga pembelajaran mengenai peternakan kambing.

3. Perkebunan Bunga

Perkebunan bunga di Kampung Wisata Ekologi merupakan lahan di mana berbagai macam jenis tanaman bunga ditanam dengan maksud untuk budidaya tanaman dan juga untuk meningkatkan keanekaragaman hayati. Hal ini menjadikan perkebunan bunga sebagai objek wisata yang menarik bagi para pengunjung.

4. Pertanian Bawang

Budidaya bawang di Kampung Wisata Ekologi Temas tidak hanya menjadi aktivitas pertanian, tetapi juga sarana pelestarian alam dan pemberdayaan sosial. Sebagai komoditas penting dalam kehidupan sehari-hari, bawang ditanam dengan metode organik tanpa penggunaan pestisida atau pupuk kimia berbahaya. Sebaliknya, pertanian ini memanfaatkan kompos dan pestisida alami dari limbah organik kampung, memastikan produk yang aman untuk dikonsumsi dan ramah lingkungan. Dengan mengutamakan pasar lokal, petani bawang di Kampung Wisata Ekologi Temas menikmati pendapatan yang stabil dan bermanfaat. Hal ini mendorong kemandirian ekonomi dan

memperkuat ketahanan pangan di komunitas.

5. Ecoprint

Batik *Ecoprint* adalah jenis batik yang dibuat dengan cara mencetak langsung menggunakan bahan-bahan alami seperti bunga, daun, dan bahan organik lainnya pada kain. Metode ini bertujuan untuk menghasilkan pola desain dan warna pada kain. Pengembangan Batik *Ecoprint* telah dimulai sejak tahun 2019 di Kampung Wisata Ekologi. Selain untuk melatih keterampilan, pengembangan ini juga bertujuan untuk mengedukasi tentang nilai-nilai keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Potensi Batik *Ecoprint* dapat diperluas dengan cara mengembangkan kegiatan wisata berupa workshop *ecoprint* yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari berbagai kalangan usia.

6. Eco enzyme

Eco enzyme adalah cairan bahan aktif yang dihasilkan melalui fermentasi limbah organik. Cairan ini memiliki sejumlah manfaat, seperti sebagai pupuk organik untuk tanaman, sabun organik, dan pestisida alami untuk pertanian. Pemanfaatan *eco enzyme* bertujuan untuk mengurangi sampah dan mendukung keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan bahan alami. Kampung Wisata Ekologi telah mengadopsi *eco enzyme* dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, *eco enzyme* juga dikembangkan sebagai kegiatan wisata edukasi yang memperkenalkan proses pembuatannya dan cara pemanfaatannya.

7. Komposter

Kampung Wisata Ekologi Temas memperkenalkan metode komposter, teknik yang mengubah sampah organik menjadi kompos kaya nutrisi, sangat bermanfaat untuk pertanian. Proses ini mengubah limbah dapur dan kebun menjadi sumber daya berharga, mengurangi sampah di TPA, dan meningkatkan kualitas tanah. Kampung Wisata Ekologi Temas menyediakan fasilitas dan sumber belajar lengkap untuk mendukung program ini, termasuk area demonstrasi komposter, materi edukatif, dan pakar lingkungan yang siap berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka. Pengunjung dapat menikmati pembelajaran dalam suasana asri,

membuat pengalaman ini tidak hanya informatif tetapi juga menyenangkan.

8. Gang Tematik

Kampung Wisata Ekologi terdiri dari enam RW yang memiliki berbagai kawasan seperti lorong atau gang-gang. Agar lebih menarik bagi wisatawan, lorong-lorong ini direnovasi dengan mural yang bisa dijadikan spot foto. Setiap lorong memiliki ciri atau tema unik, seperti Gang Cinta yang seluruhnya dihiasi warna merah sebagai simbol cinta, atau Gang Antariksa yang tema desainnya menggambarkan luar angkasa dengan ornamen planet dan bintang, dan lain-lain.

9. Ikon Desa

Kampung Wisata Ekologi memiliki ikon yang menarik perhatian wisatawan saat berkunjung, yaitu "Batu Into Green" (BIG) yang terletak di jalan kawasan RT 01. Di balik pemilihan nama ini, terdapat pesan yang mendalam, yaitu harapan untuk membuat Kota Batu menjadi lebih ramah lingkungan, nyaman untuk dihuni, dan menjadi kota yang lebih hijau. Ikon ini bukan hanya sebuah karya seni, tetapi juga merupakan bentuk harapan dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan

B. Pembahasan

Pembuatan video profil dalam upaya *rebranding* Kampung Wisata Ekologi memiliki tujuan penting untuk mempromosikan identitas dan potensi kampung secara efektif. Sebagai alat pemasaran modern, video profil unggul dalam menampilkan berbagai aspek dari Kampung Wisata Ekologi dengan cara yang menarik dan persuasif kepada wisatawan yang ditargetkan. Salah satu tujuan utama dari pembuatan video profil adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap Kampung Wisata Ekologi. Dengan menampilkan keindahan alam, keanekaragaman hayati, dan kegiatan eduwisata, video profil dapat menarik minat wisatawan lokal dan internasional untuk mengunjungi kampung tersebut. Video ini juga berfungsi sebagai alat efektif untuk menarik investasi dan dukungan dari pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan juga perusahaan dalam mendukung *rebranding* Kampung Wisata Ekologi.

Selain itu, pembuatan video profil bertujuan untuk memperkenalkan identitas

unik dan budaya lokal Kampung Wisata Ekologi kepada masyarakat luas. Dengan menyoroti tradisi lokal, kuliner khas, dan kerajinan tangan yang unik, video profil dapat membantu memperkuat rasa kebanggaan dan identitas komunitas setempat. Ini juga berkontribusi pada rebranding ekonomi lokal melalui peningkatan kunjungan wisata dan penjualan produk lokal. Video profil tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan penyuluhan tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan. Dengan menampilkan upaya Kampung Wisata Ekologi dalam melestarikan alam dan budaya lokal, video ini dapat menginspirasi masyarakat untuk turut berperan aktif dalam menjaga lingkungan dan mengembangkan praktik ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut A.K Dewi, Y.A Piliang, dan A.I. Saidi (2019), film sebagai media komunikasi visual memiliki potensi untuk mengubah gaya interaksi sosial melalui penyajian gambar nyata yang menawarkan pengetahuan dan pemahaman mendalam tentang budaya, serta memiliki nilai seni tersendiri. Film menggabungkan audio, animasi, foto, dan teks yang membentuk sebuah video dengan pendekatan sinematografi, mampu menyampaikan gagasan, ide, wawasan, dan perasaan, sehingga dapat menghubungkan pemahaman visual dengan penonton. Pendekatan sinematik menawarkan wawasan inovatif dan menggugah pola pikir tentang dunia luar, membuatnya lebih bermakna. Dalam konteks *rebranding*, video profil juga dapat membantu mengubah citra atau persepsi negatif yang mungkin ada terhadap Kampung Wisata Ekologi. Dengan menampilkan keragaman dan keindahan kampung tersebut, video profil dapat menciptakan narasi baru yang lebih positif dan menarik bagi masyarakat luas, membantu meningkatkan reputasi dan daya tarik Kampung Wisata Ekologi sebagai destinasi wisata yang menarik dan bertanggung jawab terhadap lingkungan

Pengembangan media pembelajaran interaktif membutuhkan metode perangkat lunak, dan untuk penelitian ini digunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). Sugiarto (2018) menyatakan bahwa pengembangan ini dapat menyediakan sarana pengetahuan dalam pembelajaran serta menumbuhkan kreativitas, motivasi, dan efektivitas.

Peneliti menganalisis bahwa mengenalkan objek wisata melalui media ini bisa menjadi cara yang tepat untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada masyarakat, sekaligus menambah wawasan tentang kondisi tempat dan aktivitas sehari-hari di sana. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis akan membuat sebuah video berjudul "Pemanfaatan Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Dalam Upaya *Rebranding* Kampung Wisata Ekologi Temas Kota Batu," menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Dalam pembuatan video profil, kelompok kami menggunakan metode yang dinamakan MDLC atau *Multimedia Development Life Cycle*. Menurut Pratama dan Wasatan (2022), metode MDLC merupakan metode yang dapat digunakan dalam pembuatan video, yang melibatkan beberapa aspek multimedia seperti gambar, teks, dan video. Metode ini memiliki enam tahapan: konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Pembuatan video profil Kampung Wisata Ekologi Temas didasarkan pada metode tersebut dengan rincian sebagai berikut :

1. Konsep

Video profil Kampung Wisata Ekologi Temas menampilkan keindahan dan keunikan Kota Batu serta kampung tersebut, dengan cerita yang memikat secara visual dan kaya nilai edukasi. Kota Batu, terkenal dengan pemandangan alamnya yang mempesona, udara sejuk, dan kebun buah dan sayurannya, menjadi latar yang sempurna untuk mengangkat kisah Kampung Wisata Ekologi Temas. Kampung ini telah bertransformasi menjadi model pengelolaan lingkungan berkelanjutan, menerapkan praktik pemilahan sampah dan pemanfaatannya untuk mengurangi limbah.

Rebranding Kampung Wisata Ekologi memerlukan strategi promosi yang efektif dan modern. Saat ini, kampung ini kekurangan media promosi yang dapat menyampaikan potensinya, dan tidak ada pembaruan promosi berupa video. Tantangan lain adalah minimnya pemahaman masyarakat tentang potensi wisata kampung ini dan kurangnya kesadaran akan pentingnya media sosial sebagai alat promosi. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis yang lebih proaktif untuk memperkenalkan potensi wisata kampung ini secara lebih luas dan

menjangkau wisatawan melalui media yang relevan.

Video ini juga akan menyoroti inisiatif kampung dalam mengatasi masalah sampah dengan solusi kreatif seperti kerajinan tangan. Masyarakat Kampung Wisata Ekologi telah mengubah sampah menjadi produk bernilai tinggi seperti batik *ecoprint* dan *eco enzyme*, memperkaya budaya lokal dan berdampak positif pada lingkungan. Dengan menyoroti solusi cerdas dan berkelanjutan ini, video bertujuan menginspirasi penonton untuk mengadopsi pendekatan serupa.

2. Perancangan

Video profil Kampung Wisata Ekologi Temas dibuat berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh kelompok kami. Observasi ini dilakukan selama awal kegiatan bina desa, yang kemudian menginspirasi ide konsep video profil. Ide-ide ini muncul berdasarkan apa yang kami lihat dan temui selama observasi, yang mencakup permasalahan dan daya tarik dari Kampung Wisata Ekologi Temas. Proses perancangan ide konsep video profil dilakukan dalam waktu beberapa hari saja.

Mulai dari tanggal 19 Februari 2024 hingga 3 Maret 2024, selama 14 hari kegiatan bina desa, kami melakukan observasi dan perancangan ide konsep video profil Kampung Wisata Ekologi Temas. Beberapa poin penting dalam ide konsep video profil meliputi gambaran umum Kota Wisata Batu, gambaran umum Kampung Wisata Ekologi Temas, permasalahan yang dihadapi di Kampung Wisata Ekologi Temas, daya tarik wisata atau potensi pariwisata di Kampung Wisata Ekologi Temas, kerajinan hasil karya masyarakat Kampung Wisata Ekologi Temas, kondisi perkampungan di Kampung Wisata Ekologi Temas, dan kegiatan masyarakat di Kampung Wisata Ekologi Temas. Dengan menyoroti semua aspek di Kampung Wisata Ekologi Temas, ide konsep video profil dapat melanjutkan ke tahap pengambilan gambar.

Pada tahap desain, perancangan ilustrasi diperlukan untuk memvisualisasikan bagaimana video tersebut akan dibuat. Perencanaan ini melibatkan penentuan alur cerita yang terstruktur agar mudah dipahami oleh penonton. Adapun alur

cerita yang disusun dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Storyline

No	Sequence	Scene	Durasi
1	Pembukaan	Logo UPNVJT, 51 Pariwisata UPN, dan Kampung Ekologi	4 detik
2	Di Loteng Rumah Warga	Pemandangan Gunung Arjuno	9 detik
3	Gang Tematik	Bunga- Bunga Warga	10 detik
4	Gapura Desa	Pintu Masuk Kampung Wisata Ekologi Temas	9 detik
5	Gang Tematik	Warga berjalan menyusuri lorong	4 detik
		Tanaman hidroponik	5 detik
		Penjelasan Maggot	4 Detik
		Pintu masuk TPS 3R	3 detik
6	TPS 3R	Suasana TPS 3R	2 detik
		Kegiatan di TPS 3R	4 detik
		Penjelasan tentang pengolahan sampah	2 detik
		Kegiatan di TPS 3R	5 detik
7	Gang Tematik	Tong Komposter	4 detik
		Pembuatan Komposter	17 detik
8	Balai RW 06	Pembuatan Eco Enzym	9 detik
		Pembuatan Eco Print	8 detik
9	Redsoga Ecoprint	Hasil Eroprint	5 detik
10	Perkebunan Warga	Kegiatan berkebun warga	10 detik
11	Pertanian Warga	Kegiatan Pertanian Warga	18 detik
12	Peternakan Warga	Hewan ternak warga	13 detik
13	Jalan Desa	Pemandangan sawah dan perkebunan warga	14 detik
14	Perbatasan RT 01 dan RT 05	Hasil Revitalisasi Ekowisata BIG	23 detik
15	Jalan Desa	Kondisi Kampung Ekologi Temas	5 detik
16	Gang Tematik	Kondisi Gang Tematik	5 detik
17	Rumah Warga	UMKM Redsoga Eco Print	15 detik
18	Gang Tematik	Tanaman Hidroponik	115 detik
19	Kampung Wisata	Kegiatan Rutin Warga	88 detik
20	Balai RW 06	Organisasi yang terdapat di desa	46 detik

3. Pengumpulan Bahan

Pengambilan gambar untuk video profil Kampung Wisata Ekologi Temas dilakukan secara kondisional. Proses ini dilaksanakan penuh selama program bina desa yang berlangsung selama 30 hari. Meskipun kegiatan ini berlangsung selama 30 hari penuh, pengambilan gambar tidak mengikuti jadwal tertentu. Pengambilan gambar dilakukan secara spontan, mengikuti kegiatan harian di Kampung Wisata Ekologi Temas. Misalnya, ketika kelompok kami berpartisipasi dalam kegiatan jalan sehat yang diadakan di kampung, kami mulai merekam beberapa momen yang menunjukkan kerukunan masyarakat Kampung Wisata Ekologi Temas. Potongan video ini kemudian akan dimasukkan ke dalam bagian yang menggambarkan aktivitas masyarakat.



Gambar 1. Hasil Dari Pengambilan Video Bahan Mentah

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. Pembuatan

Proses ini dilakukan beberapa hari sebelum kegiatan bina desa selesai. Pada tanggal 12 Maret 2024, dimulai proses pengeditan video yang dilakukan oleh salah satu anggota kelompok. Pengeditan hanya menggunakan handphone sebagai media, untuk memudahkan proses pengeditan video profil. Proses ini berlangsung selama kurang lebih 14 hari dan menggunakan aplikasi Capcut. Tahapan dalam pengeditan video profil meliputi:

- Pengumpulan video dan pemilahan sesuai konsep.
- Menyusun potongan video agar sesuai dengan ide konsep.
- Penambahan lagu sebagai latar belakang musik video profil.
- Penambahan voice over yang menjelaskan video profil.

Proses pengeditan hingga penyelesaian video profil Kampung Wisata Ekologi bertujuan untuk menghadirkan keunikan dan keindahan desa wisata tersebut dalam sebuah narasi visual yang menarik. Setelah mengumpulkan bahan video mentah dari berbagai kegiatan dan potensi desa, tim produksi memulai pengeditan dengan menyusun klip-klip video secara cerdas dan artistik. Penggunaan teknik-teknik *editing* seperti pemotongan, pengaturan urutan cerita, penambahan efek visual dan audio, serta penyesuaian warna dan kontras dilakukan untuk menciptakan kesan yang sesuai dengan *branding* yang diinginkan. Selain itu, proses *finishing* melibatkan penyesuaian terakhir pada kualitas visual dan audio, serta penerapan elemen-elemen grafis dan animasi jika diperlukan. Dengan demikian, video profil Kampung Wisata Ekologi Temas tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga karya visual yang memikat, memperkuat citra dan daya tarik Kampung Wisata Ekologi di mata masyarakat luas.



Gambar 2. Pengambilan Bahan Video Mentah

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Proses pengambilan bahan mentah video ini dilakukan dalam rentang waktu 14 hari di titik lokasi potensi daya tarik wisata yang telah ditentukan.



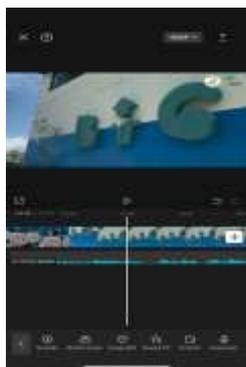
Gambar 3. Proses *Editing* Penggabungan Bahan Video Mentah
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dalam proses *editing* ini dilakukan penambahan transisi untuk setiap klip video untuk menambah kesan yang menarik bagi wisatawan yang melihat video profil ini.



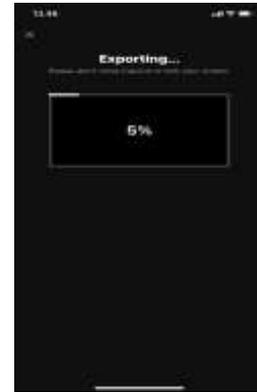
Gambar 4. Proses *Editing* Penambahan *Backsound*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Penambahan *backsound* suasana alam yang asri dalam proses pengeditan video ini diperlukan agar suasana dalam video tidak terasa hampa dan menambah kesan sejuk dan harmonis saat video diputar.



Gambar 5. Proses *Editing* Penambahan *Voice Over*

Penambahan *voice over* ini dilakukan untuk memberikan informasi yang terdapat di setiap klip dalam video profil Kampung Wisata Ekologi Temas, yang nantinya wisatawan dapat mengetahui secara pasti informasi potensi atau daya tarik yang terdapat di Kampung Wisata Ekologi Temas.



Gambar 6. *Finishing* atau *Exporting* Video
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tahapan terakhir dalam proses pengeditan video profil ini yaitu proses *exporting* atau mengirim ke galeri yang nantinya akan di *review* dan dipublikasikan ke media youtube.

5. Pengujian

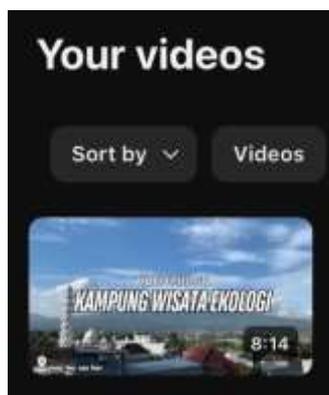
Tahapan pengujian yang meliputi pengujian internal, kesesuaian pesan, keberlanjutan, keterlibatan, representasi komunitas, kualitas produksi, aksesibilitas, dan responsif sangat penting untuk memastikan video profil Kampung Wisata Ekologi Temas mencapai standar kualitas yang diinginkan. Dengan menguji aspek visual, audio, konten, konsistensi pesan, keberlanjutan pembangunan desa, serta representasi akurat tentang masyarakat lokal, pembuat video dapat memastikan bahwa video tersebut tidak hanya profesional tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan tentang nilai-nilai kampung ekologi dan pembangunan desa. Selain itu, pengujian aksesibilitas dan responsivitas terhadap umpan balik audiens juga diperlukan untuk memastikan bahwa video dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat dan mendapatkan tanggapan positif dari wisatawan. Dengan melaksanakan tahapan-tahapan tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi kekura-

ngan potensial dan meningkatkan kualitas serta dampak video profil mereka.

6. Distribusi

Distribusi video profil Kampung Wisata Ekologi Temas melalui YouTube adalah langkah penting untuk memperluas jangkauan dan dampak konten tersebut. Proses ini mencakup pengaturan metadata yang relevan dengan kata kunci terkait kampung ekologi dan pembangunan desa untuk meningkatkan visibilitas video, serta penggunaan tagar yang tepat dalam deskripsi dan judul video. Dengan mendistribusikan video secara efektif, konten dapat diterima dengan baik oleh audiens target, memperkuat pesan tentang Kampung Wisata Ekologi Temas, dan mempromosikan pembangunan desa secara lebih luas.

Publikasi di YouTube merupakan langkah krusial dalam memperkenalkan video profil Kampung Wisata Ekologi Temas sebagai bagian dari upaya *rebranding*. Platform ini memungkinkan video tersebut menjangkau audiens yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, sehingga meningkatkan potensi kunjungan wisatawan ke Kampung Wisata Ekologi. Diharapkan, video profil ini dapat menjadi viral dan menarik minat wisatawan. Dengan demikian, upaya rebranding melalui video profil diharapkan memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan dan promosi pariwisata desa tersebut



Gambar 7. Publikasi Youtube

Setelah melalui tahap pengujian, peneliti mengunggah hasil video profil yang diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi

perkembangan dan promosi pariwisata desa tersebut

7. Kendala

Dalam pembuatan video profil untuk Kampung Wisata Ekologi Temas sebagai bagian dari program bina desa, terdapat beberapa kendala yang mungkin dihadapi. Kendala-kendala ini bisa beragam, bergantung pada konteks spesifik dari kampung tersebut, sumber daya yang tersedia, dan tujuan dari pembuatan video. Berikut adalah beberapa kendala yang terjadi:

a) Keterbatasan Sumber Daya:

- 1) Alat perekam video, mikrofon, dan peralatan pendukung lainnya yang kurang berkualitas
- 2) Keterbatasan tenaga profesional yang ahli dalam pembuatan dan pengeditan video.

b) Cuaca dan Kondisi Alam:

- 1) Cuaca yang tidak dapat diprediksi dan kondisi alam yang bisa mengganggu proses pembuatan video.
- 2) Risiko keselamatan terkait kegiatan di luar ruangan.

c) Dukungan Masyarakat:

- 1) Tantangan mendapatkan dukungan dan partisipasi aktif dari komunitas lokal.
- 2) Kurangnya kesadaran atau kepentingan dari warga lokal mengenai proyek.

d) Pemahaman Tentang Isu Ekologi:

- 1) Membutuhkan keahlian khusus untuk menyajikan isu ekologi secara akurat dan menarik.
- 2) Risiko video tidak efektif dalam menyampaikan pesan tanpa pemahaman yang cukup.

e) Keterbatasan Waktu dan Anggaran:

Anggaran terbatas dan jangka waktu tertentu bisa mempengaruhi kualitas dan kedalaman konten video.

f) Persyaratan Izin dan Etika:

- 1) Kendala terkait perizinan pengambilan gambar di lokasi tertentu.
- 2) Masalah etika dalam merepresentasikan anggota komunitas dalam video.

Untuk mengatasi berbagai kendala, perencanaan yang matang menjadi kunci utama. Kerjasama yang baik antara semua

pihak yang terlibat sangat penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kreativitas dalam mengadaptasi rencana berdasarkan kondisi dan sumber daya yang ada juga menjadi faktor penentu keberhasilan. Selain itu, membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal dan melibatkan mereka dalam proses pembuatan video akan meningkatkan partisipasi dan memastikan hasil yang lebih autentik dan relevan dengan kondisi setempat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil laporan diatas, dapat disimpulkan bahwa Kampung Wisata Ekologi Temas memiliki potensi yang besar dalam bidang pariwisata edukasi lingkungan dan pengelolaan sampah. Desa ini telah mengalami transformasi positif sejak dimulainya program pada tahun 2014, dengan masyarakat yang semakin peduli terhadap lingkungan dan aktif dalam kegiatan pemilahan dan pemanfaatan sampah secara berkelanjutan. Namun, selama pandemi *Covid-19*, kampung ini mengalami kesulitan pulih dari dampak sektor pariwisata, yang menjadi ancaman bagi keberlangsungan kegiatan pariwisata di kampung tersebut. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan strategi promosi yang lebih efektif dan modern, termasuk pemanfaatan media sosial dan pembuatan video *rebranding*. Video profil ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap Kampung Wisata Ekologi, memperkenalkan identitas unik dan budaya lokalnya, serta memberikan edukasi tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan.

Proses pembuatan video profil menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yang melibatkan enam tahapan: konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Namun, dalam proses ini, terdapat beberapa kendala yang mungkin dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya, cuaca dan kondisi alam, dukungan masyarakat, pemahaman tentang isu ekologi, keterbatasan waktu dan anggaran, serta persyaratan izin dan etika. Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan perencanaan yang matang, kerjasama yang baik antara semua pihak yang terlibat, kreativitas dalam mengadaptasi rencana berdasarkan kondisi dan sumber daya yang

ada, serta membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal dan melibatkan mereka dalam proses pembuatan video. Dengan demikian, video profil Kampung Wisata Ekologi Temas diharapkan dapat menjadi alat promosi yang efektif dalam *rebranding* kampung tersebut sebagai destinasi wisata yang menarik dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan laporan mengenai Kampung Wisata Ekologi Temas, berikut adalah beberapa saran untuk mengoptimalkan potensi kampung ini dalam bidang pariwisata edukasi lingkungan dan pengelolaan sampah, serta mengatasi tantangan yang dihadapi:

1. Strategi Promosi yang Efektif:
 - a) Pemanfaatan Media Sosial: Buat konten menarik dan edukatif secara rutin di platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk menarik perhatian wisatawan potensial.
 - b) Pembuatan Video *Rebranding*: Produksi video profil yang profesional dan menarik, menonjolkan keunikan, budaya lokal, serta upaya pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh kampung.
2. Kerjasama dengan *Influencer*:

Ajak *influencer* atau *content creator* yang peduli lingkungan untuk mengunjungi dan mempromosikan Kampung Wisata Ekologi Temas.
3. Optimalisasi Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC):
 - a) Konsep dan Perancangan yang Matang: Libatkan ahli pariwisata, lingkungan, dan multimedia dalam tahap perancangan untuk memastikan semua aspek penting tercakup.
 - b) Pengumpulan Bahan yang Komprehensif: Pastikan pengumpulan bahan mencakup semua elemen penting kampung, seperti kegiatan pemilahan sampah, program edukasi, dan keindahan alam.
4. Mengatasi Kendala dalam Pembuatan Video:
 - a) Keterbatasan Sumber Daya: Manfaatkan teknologi yang ada secara optimal dan

- pertimbangkan penggunaan alat sederhana namun efektif.
- b) Kondisi Alam dan Cuaca: Rencanakan jadwal pengambilan gambar dengan mempertimbangkan musim dan kondisi cuaca yang mendukung
 - c) Dukungan Masyarakat: Libatkan tokoh masyarakat dan penduduk lokal dalam proses pembuatan video untuk meningkatkan rasa memiliki dan dukungan.
 - d) Edukasi dan Pemahaman Isu Ekologi: Lakukan *workshop* atau pelatihan singkat bagi masyarakat dan tim produksi tentang isu ekologi yang relevan.
 - e) Manajemen Waktu dan Anggaran: Buat timeline yang realistis dan detail serta alokasikan anggaran secara efisien.
 - f) Izin dan Etika: Pastikan semua izin yang diperlukan telah diperoleh dan tetap menjaga etika dalam pembuatan video, terutama terkait dengan privasi dan budaya lokal.
5. Pelibatan Komunitas Lokal:
- a) Partisipasi Aktif Masyarakat: Melibatkan masyarakat lokal dalam setiap tahap produksi video untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan keaslian konten.
 - b) Kegiatan Kolaboratif: Adakan kegiatan bersama, seperti gotong royong atau festival lingkungan, yang bisa diabadikan dalam video untuk menonjolkan semangat kebersamaan dan keberlanjutan.
- Dengan penerapan saran-saran di atas, diharapkan Kampung Wisata Ekologi Temas dapat meningkatkan visibilitasnya sebagai destinasi wisata yang menarik dan bertanggung jawab terhadap lingkungan, serta mampu pulih dan berkembang setelah dampak pandemi *Covid-19*.
- DAFTAR RUJUKAN**
- Dewi, A. K., Piliang, Y. A., & Saidi, A. I. (2019). Agustina Kusuma Dewi TRANSPOSISI KREATIF 'GERAK'DALAM FILM SEBAGAI IDENTITAS KULTURAL PADA ERA MULTILITERASI DIGITAL Studi Kasus Film 'Setan Jawa' Karya Garin Nugroho. PROSIDING: SENI, TEKNOLOGI, DAN MASYARAKAT, 2, 93-98.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(6), 790-800.
- Ghozali, W. W. A., & Rahaju, T. (2021). Pengembangan Kampung Wisata Oase Dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat (Studi Pada Kampung Ondomohen Kota Surabaya). Publik, 11(1), 1409-1420.
- Hsu, W. C., Sugiarto, T., Lin, Y. J., Yang, F. C., Lin, Z. Y., Sun, C. T., ... & Chou, K. N. (2018). Multiple-wearable-sensor-based gait classification and analysis in patients with neurological disorders. Sensors, 18(10), 3397.
- Indrianeu, T., Fadjarajani, S., & Singkawijaya, E. B. (2021). Analisis Potensi Pariwisata Di Kabupaten Cianjur. JURNAL GEOGRAFI Geografi Dan Pengajarannya, 19 (1), 73.
- Kuntoro, W., & Mutaqi, A. S. (2023). Evaluasi Pembangunan Ekonomi Berbasis Desa Wisata (Studi Kasus Cangkringan). Jurnal Riset Rumpun Ilmu Teknik (JURRITEK), 2(1), 104-112.
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. Jurnal Destinasi Pariwisata, 7(1), 111.
- Nuryanti, N. (2023). PENGARUH MOTIVASI KERJA, BEBAN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PENGELOLAAN SUMBER DAYA AIR KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG. The Manusagre Journal, 1(4), 663-676.
- Pratama, Jimmy, dan Sutarto Wasatan. (2022). "Perancangan Video Pengenalan Objek Wisata Di Pulau Kalok Dengan Pendekatan Sinematik." Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer 11(1):66-70. doi: 10.30591/smartcomp.v11i1.3159.
- Setiawan, F., Taufiq, W., Lestari, A. P., Restianty, R. A., & Sari, L. I. (2021). Kebijakan Pendidikan Karakter Dalam Meminimalisir Kenakalan Remaja. Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan, 18(1), 62-71.