

**PROMOSI DESA MENGESTA MELALUI VIDEO BRANDING  
DENGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL**

***PROMOTION OF MENGESTA VILLAGE THROUGH VIDEO BRANDING  
WITH THE USE OF SOCIAL MEDIA***

**I Kadek Galang Suarjana Meranggi\*, I Gede Agus Kurniawan**

Universitas Pendidikan Nasional

\*Email: kadekgalang2002@gmail.com

(Diterima 10-02-2023; Disetujui 06-03-2023)

**ABSTRAK**

Desa Mengesta adalah sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Desa Mengesta 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 Panas Sahabat Piling dan Belulang. Terlepas dari keindahan yang dimiliki, Desa Mengesta masih belum banyak diketahui oleh warga lokal ataupun wisatawan asing. Dengan itu, upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan wisata dari Desa Mengesta yakni dengan melakukan pembuatan *video branding* bersama masyarakat Desa Mengesta serta mahasiswa KKN UNDIKNAS yang bertujuan untuk mengajak wisatawan agar berkunjung dan tetap menjaga keindahan serta keasrian alam dari Desa Mengesta, video ini dipublikasikan di media sosial.

Kata kunci: Desa Mengesta, *video branding*, promosi

**ABSTRACT**

*Mengesta Village is a village located in Penebel District, Tabanan Regency. Mengesta Village has tourism potential that is quite prominent with its natural beauty and the experiences it provides. There are various kinds of tourist attractions that can be enjoyed by tourists, such as Sahabat Piling and Belulang Hot Springs. Apart from its beauty, Mengesta Village is still not widely known by local residents or foreign tourists. With that, efforts were made to introduce tourism from Mengesta Village, namely by making a branding video with the Mengesta Village community and UNDIKNAS KKN students which aims to invite tourists to visit and maintain the natural beauty and beauty of Mengesta Village, this video is published on social media .*

*Keywords: Mengesta Village, branding video, promotion*

**PENDAHULUAN**

Keadaan lingkungan sekitar yang memiliki nilai keindahan adalah suatu keadaan yang mampu menarik perhatian serta mampu memanjakan mata para penglihat dan penikmat keindahan alam yang masih dalam keadaan alami tanpa ada masalah polusi yang mengganggu. Namun, sampai saat ini masih sedikit populasi yang mengetahui adanya keindahan alam karena minimnya informasi terkait obyek wisata yang ada khususnya di Bali. Maka dari itu, pengabdian melakukan program yang berkaitan dengan mengenalkan tempat yang menarik ini untuk diketahui oleh masyarakat luas, baik di dalam Bali maupun di luar Bali, dengan kata lain melakukan *Branding*.

Salah satu cara dalam menerapkan konsep *branding* yaitu melakukan pembuatan *video branding* desa. Adapun tujuan dalam pembuatan *video branding* desa yaitu untuk memasarkan potensi atau daya tarik wisata yang unggul agar dapat memberikan identitas

suatu objek wisata sesuai dengan keadaannya sehingga dapat dijadikan target destinasi wisata (Prabowo *et al.*, 2019). *Video branding* desa ini dapat diterapkan dan dipromosikan melalui media sosial. Media sosial memegang peranan penting hampir di segala lini masyarakat. Selain memiliki fungsi sebagai alat berkomunikasi, media sosial juga dapat digunakan dalam menggali berbagai informasi (Liedfray *et al.*, 2022).

Kehadiran media sosial terus mengalami perkembangan pesat di tengah-tengah masyarakat yang sebagian besar penggunanya adalah kalangan milenial. Media sosial yang mengalami perkembangan pesat ini mampu menjangkau masyarakat secara luas dengan cepat. Pemanfaatan media sosial dalam *branding* desa berupa mempromosikan berbagai macam potensi atau daya tarik desa seperti desa wisata, desa hijau atau desa industri, sehingga program *video branding* desa ini dapat dijadikan wadah dalam memberikan edukasi, penyebaran berbagai informasi dan kekhasan yang dimiliki oleh suatu desa tersebut sehingga dapat dijadikan target dalam destinasi wisata (Permatasari, 2022).

Salah satu desa yang dapat dikembangkan menjadi Desa Wisata adalah Desa Mengesta. yang terletak di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Desa Mengesta ini memiliki potensi alam yang sangat luas sehingga mampu untuk menunjang pengembangan Desa Wisata yang berbasis ekowisata. Potensi alam yang dapat ditemukan di Desa Mengesta seperti persawahan atau perkebunan yang luas, sistem terasering persawahan, panorama alam pegunungan, bahkan terdapat sumber air panas yang alami disertai dengan pemandangan yang sejuk, indah, dan asri. Desa Mengesta memiliki daya tarik wisata dan peluang yang dapat dikembangkan, tetapi dalam proses pengembangannya terdapat berbagai masalah dan tantangan yang perlu mendapat perhatian khusus. Adapun permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu masyarakat belum sepenuhnya sadar wisata, kurangnya media promosi untuk menyampaikan informasi mengenai daya tarik wisata yang dimiliki oleh Desa Mengesta secara menarik dan terkonsep, kurangnya media promosi berupa video yang mencakup informasi tentang wisata-wisata yang ada di Desa Mengesta (Rachmat *et al.*, 2022).

Apabila dilakukan peningkatan penyebaran informasi dengan menggunakan *platform* media sosial, maka potensi dan daya tarik wisata yang ada di Desa Mengesta akan lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Disamping itu dapat mengundang para wisatawan atau pengunjung dari berbagai daerah sehingga mampu memberikan dampak positif dalam perekonomian masyarakat setempat. Konsep *branding* desa melalui pembuatan *video branding* ini dapat membuka pandangan masyarakat bahwa pentingnya promosi di era yang sudah menggunakan teknologi sehingga dapat diputar oleh masyarakat secara luas untuk

melihat potensi-potensi unggul yang dimiliki oleh Desa Mengesta (Jupri *et al.*, 2022).

## **BAHAN DAN METODE**

Metode ini dilakukan melalui tiga tahap yaitu observasi awal, survei dan difusi ipteks. Adapun uraian kegiatan tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Tahap observasi awal dilakukan dengan berdiskusi bersama kepala desa untuk menjelaskan tujuan dan manfaat dalam pembuatan *video branding*, serta untuk mengetahui potensi atau daya tarik wisata yang dimiliki oleh Desa Mengesta.
2. Tahap survei dilakukan dengan cara untuk mengetahui letak lokasi yang tepat di Desa Mengesta dalam pengambilan video atau gambar yang akan disusun dan digunakan dalam pembuatan *video branding*.
3. Tahap difusi ipteks dilakukan untuk mempromosikan Desa Mengesta dengan cara menyebarkan informasi dan memperkenalkan potensi atau daya tarik wisata melalui *video branding* yang dimiliki oleh Desa Mengesta kepada masyarakat secara luas. Promosi *video branding* ini dilakukan melalui akun Instagram dan Tiktok yang sudah dibentuk oleh mahasiswa KKN UNDIKNAS bertujuan untuk mengundang rasa antusias masyarakat luar.

Lokasi dan waktu pelaksanaan dari pengabdian ini dilakukan di wilayah Desa Mengesta pada Hari Kamis hingga Sabtu (02-04 Februari 2023), pukul 07.00-15.00 WITA. Pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah masyarakat Desa Mengesta dan mahasiswa KKN UNDIKNAS

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Branding* dengan cara *video branding* merupakan cara yang tepat untuk mempromosikan Desa Mengesta. Dengan cara ini, informasi sangat cepat tersebar sehingga wisatawan akan tertarik untuk datang ke Desa Mengesta karena desa ini menyuguhkan pemandangan yang tidak kalah indahnya dengan desa lain yang berada di Kabupaten Tabanan seperti Desa Jatiluwih. Desa Mengesta memiliki dua tempat pemandian air panas, jalur *tracking*, dan pemandangan terasering menjadikan desa ini wajib untuk dikunjungi,

Setelah melakukan *video branding*, memasarkannya melalui sosial media yang saat ini sangat marak digunakan untuk melakukan promosi. Melakukan *video branding* di beberapa tempat seperti Air Panas Belulang, Air panas Sahabat Piling, Jalur Tracking yang ada di Piling Tengah.

Pengabdian bersama dengan beberapa mahasiswa KKN berhasil melakukan *video branding* pada tanggal 3 Februari 2023, dan selesai diedit pada tanggal 5 Februari 2023 dengan total durasi video 4 menit 20 detik.



Gambar 1



Gambar 2

Gambar 1 dan gambar 2 merupakan obyek yang biasa dijadikan foto ketika datang ke Desa Mengesta. Ikon Desa Mengesta ini terletak setelah jembatan yang menghubungkan antara Desa Penebel dan Desa Mengesta.



Gambar 3



Gambar 4

Gambar 3 dan gambar 4 merupakan tempat yang berada di wilayah Belulang. Memiliki satu buah kolam dan dua tempat pancoran air panas. Di tempat ini, disuguhkan pemandangan terasering sawah yang berada di sebelah barat kolam serta terdapat pura yang bernama Pura Batu Panes. Bapak pada gambar 1 merupakan ketua pecalang yang bertugas menjaga air panas ini dengan beberapa petugas lainnya.



Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7



Gambar 7

Gambar 5,6,7,8 merupakan salah satu obyek wisata yang berada di Desa Mengesta yaitu obyek wisata Air Panas Piling Sahabat yang terletak di daerah Piling Kawan. Memiliki beberapa kolam yang berfungsi sebagai tempat berendam dengan air panas dan tempat berendam air biasa. Memiliki beberapa titik pancoran air panas yang membuat tubuh menjadi tenang usai mandi. Di tempat ini juga memiliki pemandangan sawah serta pegunungan yang terlihat pada gambar 9,10,11,12.



Gambar 9



Gambar 10



Gambar 11



Gambar 12

Gambar 9,10,11,12 merupakan beberapa pemandangan yang terdapat pada jalur *tracking*. Jalur *tracking* ini merupakan rencana desa bersama Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dalam menjadikan Desa Mengesta sebagai Desa Wisata. Menampilkan beberapa gunung yang bisa disaksikan pada saat pagi hari. Namun untuk menjangkau jalur *tracking* ini, cukup sulit karena medan yang cukup berat. Namun, hal tersebut terbayar dengan pemandangan yang disuguhkan ketika sudah sampai di jalur ini.

Gambar yang diambil secara detail dan komunikatif mampu memberikan informasi yang akurat kepada para penonton atau pengunjung yang melihat tayangan di berbagai media sosial (Wahyuddin *et al.*, 2021).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan secara rinci maka dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak cara yang dapat digunakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan potensi dan daya tarik wisata unggul yang dimiliki oleh Desa Mengesta. Salah satu cara yang dapat dikembangkan adalah melalui pembentukan program kerja pengabdian di Desa Mengesta berupa pembuatan *video branding* desa. *Video branding* desa ini merupakan salah satu cara yang efektif dalam mempresentasikan berbagai ragam potensi, daya tarik wisata, kekhasan desa. *Video branding* desa ini dibuat dengan konsep yang menarik dan terstruktur sehingga dapat memberikan pesan dan kesan yang baik. Dapat disimpulkan bahwa *video branding* desa ini adalah pilihan yang tepat dan efektif karena mudah disebarkan melalui platform media sosial seperti Instagram dan TikTok yang mampu menarik perhatian para wisatawan dan masyarakat secara luas dari berbagai daerah sehingga dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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*, Vol.5 No. 3, pp. 285–289.
- Liedfray, T., Waani, F.J. & Lasut, J.J. (2022), “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara”, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 2 No. 1, p.2.
- Permatasari, D.N.C. (2022), “Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan melalui Visual Branding dan Digital Marketing”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, Vol. 2 No. 1, pp. 9–22.
- Prabowo, O.A., Kuntjara, A.P. & Sutanto, R.P. (2019), “Perancangan Visual Branding Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri”, *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol. 1 No. 14, p. 10.
- Rachmat, S.N., Haes, P.E., Ayu, M., Puspitadewi, A., Ayu, G., Wirasanti, P. & Abubakrin, K.P. (2022), “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perancangan Video Branding”, Vol. 6, pp. 235–239.
- Wahyudin, A., Kristiadi, D., Ardian Setio Utomo, A.M. & Gulang, R.A. (2021), “Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen”, Vol. 5, No. 2, pp. 154–162.