

PEMBUATAN VIDEO PROFIL DESA KAREDOK SEBAGAI SARANA INFORMASI MASYARAKAT SERTA MEMIKAT WISATAWAN LOKAL

Kurnia Lucky Fadillah^{1*}, Iwan Koswara², Nurmayra Prahatmaja³.

^{1, 2, 3}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

*Korespondensi : Kurnia.lucky@unpad.ac.id

ABSTRAK

Desa Karedok, yang terletak di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, memiliki potensi besar sebagai penghasil utama beras dan pusat kegiatan ekonomi lokal yang unik. Namun, minimnya strategi publikasi dan promosi digital membuat potensi desa ini kurang dikenal dan sulit menarik perhatian masyarakat luas. Untuk mengatasi masalah ini, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran melaksanakan program pengabdian masyarakat dengan tujuan meningkatkan popularitas Desa Karedok. Program ini diwujudkan melalui pembuatan video profil yang menonjolkan potensi agrikultur, usaha mikro kecil menengah (UMKM), dan budaya lokal desa secara visual dan menarik. Proses pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode substitusi iptek, melibatkan beberapa tahapan, mulai dari survei lapangan untuk mengidentifikasi potensi unggulan desa, tahap produksi, hingga pasca produksi video. Data yang diperoleh melalui survei dan wawancara dengan perangkat desa diolah menjadi video promosi berkualitas tinggi berdurasi 5-7 menit. Hasil akhirnya adalah video yang tidak hanya menjadi alat promosi yang efektif untuk menarik wisatawan maupun investor, tetapi juga mampu memperkuat citra Desa Karedok sebagai destinasi agrikultur dan pariwisata unggulan. Video ini menampilkan kegiatan masyarakat, potensi UMKM seperti produksi kerupuk opak dan telur asin, serta menonjolkan hasil pertanian yang signifikan. Program ini menegaskan pentingnya teknologi promosi digital dalam mendukung pembangunan ekonomi desa, meningkatkan daya tarik lokal, dan memperluas peluang pengenalan potensi desa yang sebelumnya kurang terekspos. Produk ini diharapkan menjadi model yang dapat diterapkan untuk promosi desa-desa lainnya di Indonesia.

Kata kunci: Desa Karedok, Video Profil, Potensi Lokal, Agrikultur

ABSTRACT

Karedok Village, located in Jatigede District, Sumedang Regency, has great potential as a major rice producer and a unique center of local economic activity. However, the lack of digital publication and promotion strategies means that the potential of this village is less known and difficult to attract the attention of the wider community. To overcome this problem, the Faculty of Communication Sciences, Padjadjaran University implemented a community service program with the aim of increasing the popularity of Karedok Village. This program is realized through the creation of video profiles that highlight the potential of agriculture, micro, small and medium enterprises (MSMEs), and local village culture in a visual and interesting way. The process of implementing this activity uses the science and technology substitution method, involving several stages, starting from a field survey to identify the village's superior potential, the production stage, to video post-production. Data obtained through surveys and interviews with village officials is processed into high-quality promotional videos lasting 5-7 minutes. The end result is a video that is not only an effective promotional tool to attract tourists and investors, but is also able to strengthen the image of Karedok Village as a leading agricultural and tourism destination. This video shows community activities, the potential of MSMEs such as the production of opaque crackers and salted eggs, and highlights significant agricultural products. This program emphasizes the importance of digital promotional technology in supporting village economic development, increasing local attractiveness, and expanding opportunities to recognize village potential that was previously less exposed. It is hoped that this product will become a model that can be applied to promote other villages in Indonesia.

Keywords: Karedok Village, Profile Video, Local Potential, Agriculture

PENDAHULUAN

Desa Karedok ialah sebuah desa yang berada di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, dengan luas wilayah mencapai 1.491,81 hektar. Letak Desa Karedok dapat ditempuh sekitar 29 KM dari pusat kota Kabupaten sumedang yang memakan waktu satu jam perjalanan. Desa Karedok memiliki potensi besar sebagai penghasil beras utama di wilayahnya. Pada tahun 2024 kementerian Pertanian memberikan dukungan terhadap protram STARBAK (Satu Hektare Buruh Tani Bangkit) dengan memberikan 100 persen benih tanaman tahun 2024, penambahan alat mesin pertanian yang mendukung program *food Estate* yang diharapkan dapat meningkatkan produktivitas pertanian di desa, termasuk Desa Karedok. Penjualan beras di Desa Karedok serta dilakukan di Desa sendiri serta kecamatan Jatigede, penjualan beras ini juga dilakukan kepada pihak bulog untuk disebar ke seluruh Indonesia. Dengan lahan pesawahan sekitar 215 Hektare menjadikan Desa Karedok kaya akan sumber daya alam khususnya dalam bidang pertanian. Namun, dengan lahan yang cukup luas, serta tradisi “*Ngarot*” yang setiap tahunnya dilaksanakan, masih banyak Masyarakat yang kurang mengenali desa ini. Hal ini bukan hanya terjadi pada skala daerah atau nasional, tetapi juga pada skala global, di mana banyak desa yang kaya akan potensi lokal namun minim publikasi dan promosi. Dalam upaya meningkatkan daya saing desa di era digital, pengenalan dan pemanfaatan potensi lokal menjadi salah satu kunci utama. Desa-desa yang kaya akan sumber daya alam, budaya, dan produk lokal sering kali menghadapi kendala dalam mempublikasikan potensi tersebut kepada masyarakat luas. Hal ini terutama terlihat pada desa-desa agraris seperti Desa Karedok, yang memiliki keunggulan sebagai penghasil beras utama namun minim promosi.

Potensi desa sendiri merujuk pada kekuatan atau keunggulan yang dimiliki oleh sebuah desa, baik dari aspek sumber daya alam, ekonomi, sosial, maupun budaya, yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan (Yafie et al., 2023). Dalam hal ini, potensi desa mencakup tidak hanya kekayaan fisik seperti hasil pertanian, tetapi juga nilai-nilai budaya

dan keunikan lokal yang mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan maupun investor."

Dengan struktur ini, pengertian potensi desa ditempatkan setelah kalimat bridging yang menghubungkan pembahasan tentang pentingnya daya saing dan promosi. Ini memberikan alur logis yang memandu pembaca dari pemahaman umum ke definisi yang lebih spesifik

Daerah pedesaan yang memiliki berbagai kelebihan dan ciri khas seperti kondisi alam yang masih terjaga, spesies hewan dan tumbuhan yang masih terjaga, pemandangan yang alami, kebudayaan local yang masih terjaga, ini dapat menjadi sebuah pengalaman yang unik bagi para pelancong untuk menikmati keindahan di pedesaan. Selain itu desa juga memainkan peran penting dalam perekonomian di mana sebagian besar masyarakat hidup di desa sehingga perlunya dibangun dari Tingkat bawah yaitu desa yang dapat meningkatkan ekonomi Masyarakat (Suranny, 2020)

Keunikan dan kelebihan yang dimiliki desa-desa tidak hanya menjadi daya tarik wisatawan, tetapi juga memiliki potensi besar untuk mendukung pembangunan ekonomi secara berkelanjutan. Namun, agar potensi ini dapat dikenal secara luas dan dimanfaatkan secara optimal, diperlukan strategi promosi yang efektif dan inovatif. Dalam hal ini, kemajuan teknologi komunikasi dan media digital menjadi solusi yang menjanjikan untuk menjembatani kesenjangan antara potensi desa dan pengakuan masyarakat luas.

Pengembangan teknologi komunikasi dan media digital menghadirkan peluang baru untuk meningkatkan eksposur desa-desa.(Anggoro et al., 2023) salah satunya ialah Desa Karedok, melalui metode promosi yang inovatif dengan membuat sebuah video profil desa, pemanfaatan teknologi informasi ini dilakukan agar potensi potensi yang ada dapat terpublikasi di Masyarakat secara local maupun Masyarakat luas (Made et al., n.d.)

Di era digital ini, khalayak semakin tergantung akan media visual yang digunakan untuk mendapatkan informasi. Hal ini didukung oleh laporan *Cisco Visual Networking Index*, yang memprediksi bahwa pada tahun 2022, 82% dari

seluruh lalu lintas internet akan berbasis video, menunjukkan betapa dominannya konten visual dalam komunikasi modern. (cisco public, 2019)

Video Profil merupakan salah satu media yang sangat efektif dalam Mempropagandakan Perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi dari suatu daerah. (Nurosyid et al., 2022) selain itu video profil dalam sebuah penelitian harus dihasilkan dari beberapa aktivitas multimedia seperti tata suara, video, gambar animasi serta teks. (Kausar et al., 2015) menyajikan informasi tentang desa, selain itu juga mampu untuk membangun narasi yang kuat mengenai kehidupan sosial, budaya, serta ekonomi di desa.

Sebagai penghasil beras terbesar di Kecamatan Jatigede, Melalui video profil, potensi ini dapat diangkat serta dijadikan daya tarik tersendiri bagi berbagai pihak, baik investor, pemerintah hingga masyarakat umum yang ingin mengenal lebih jauh potensi Desa di daerah karedok seperti mengenai Sumber Daya Alam serta Tradisi yang masih terjaga hingga kini. Pengembangan video profil ini juga dapat mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya promosi digital bagi desa – desa agraris yang selama ini mungkin kurang mendapat perhatian, hal ini perlu didukung dalam upaya promosi yang efektif agar potensi lokal dapat dioptimalkan untuk kesejahteraan masyarakat setempat.

METODE

Pelaksanaan pengabdian ini, dilakukan dengan metode **Participatory Action Research**: yaitu metode yang melibatkan Masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi masalah hingga pelaksanaan dan evaluasi program, dalam hal ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga pemberdayaan Masyarakat untuk ikut terlibat dalam mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi. (Afandi & Laily, 2022) Beberapa langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data awal yang dilakukan dengan cara survey oleh tim pelaksana untuk mengetahui potensi – potensi serta keunggulan Desa Karedok.

2. Persiapan serta penyusunan kebutuhan alat untuk produksi dan presentasi potensi dan keunggulan desa dari tim pelaksana.
3. Pelaksanaan kegiatan pengambilan data visual video dan foto.
4. Pengolahan *postproduction* dan informasi tambahan desa.

Pelaksanaan kegiatan pertama kali dilakukan dengan pertemuan dengan para perwakilan dari setiap desa dan camat Jatigede yang dilaksanakan di aula pertemuan kecamatan Jatigede, pertemuan ini dimulai pemaparan dari tim Fakultas Ilmu Komunikasi yang terdiri dari beberapa prodi diantaranya yaitu prodi Jurnalistik, Manajemen Produksi Media, Televisi dan Film. Pertemuan awal ini untuk meminta ijin serta kerjasama dengan para pihak kecamatan dan desa yang ada di jatigede dalam pelaksanaan program PKM ini selain itu juga untuk membicarakan mengenai potensi serta keunggulan dari kecamatan serta setiap desa yang berjumlah 11 desa ini.

Kemudian setelah meminta ijin dan memaparkan setiap desa, melakukan pembicaraan yang lebih spesifik dengan pihak desa mengenai jadwal survey, keunggulan desa yang lebih spesifik dan lainnya.

Setelah diadakannya pertemuan dengan pihak kecamatan dan desa, koordinasi dilakukan melalui aplikasi *whatsapp* dengan pihak kepala desa yang meminta bantuan untuk melakukan survey. Kemudian tim pelaksana dan dosen Manajemen Produksi Media melakukan survey, sementara pihak dari desa yaitu karang taruna yang akan membantu dalam melakukan survey, survey ini dilakukan untuk melakukan observasi awal untuk mencari potensi – potensi yang ada di Desa.

Data Observasi yang sudah terkumpul kemudian diolah serta didiskusikan antara dosen dan tim pelaksana untuk proses selanjutnya ketika proses *production* di lapangan.

Setelah melakukan proses diatas Tim pelaksana langsung menuju kecamatan Jatigede khususnya ke Desa Karedok untuk melakukan proses perekaman di setiap potensi dan keunggulan yang ada di Desa Karedok, selain itu juga dilakukan wawancara dengan kepala

- **Hari Pertama (7 Juli 2024)**

Hari pertama dilakukan dengan pengambilan gambar *footage* – *footage* keindahan desa serta kegiatan Masyarakat, di daerah pesawahan, kegiatan dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. kemudian tim kedua di daerah dekat kantor desa serta untuk meminta jadwal wawancara dengan kepala desa pukul 10.00 WIB.

- **Hari Kedua (8 Juli 2024)**

Pengambilan rekaman video hari kedua difokuskan dalam merekam keunggulan desa yaitu pengambilan *footage* pengerajin telur asin, serta peternakan kambing. Setelah melakukan pengambilan *footage beauty shot* dan UMKM, dilanjutkan untuk pengambilan wawancara dengan kepala desa yang dilakukan di kantor Desa Karedok.



Gambar 3.

Kegiatan Masyarakat Desa Karedok

- **Hari Ketiga (9 Juli 2024)**

Pada hari Ketiga pengambilan di fokuskan untuk mengambil *footage* pembuatan telur asin yang masih kurang karena pada hari pertama ada proses dari telur asin yang tidak terambil yaitu proses penggosokan telur sebelum dimasukan ke lumpur, tim kedua difokuskan untuk mengambil rekaman peternakan bebek di pesawah Desa Karedok.

Kegiatan produksi video yang telah dilaksanakan menghasilkan sebuah produk dalam bentuk video profil Desa Karedok dengan durasi selama 5 menit 31 detik, yang menjadi bentuk produk tepat guna bagi Desa Karedok.

Hasil evaluasi proses pengabdian ini menunjukkan, kegiatan yang telah dilaksanakan diterangkan berhasil dilihat dari berhasilnya proses pembuatan video profil Desa Karedok yang pertama kali dibuat untuk meningkatkan citra serta potensi wisata bagi Desa Karedok.



Gambar 4

Kualitas video HD untuk memberikan kepuasan ketika menonton

Kualitas yang dihasilkan dari proses *post production* atau proses akhir yaitu proses editing, voice over merupakan kualitas yang sangat baik, dilihat dari proses *output* yang menghasilkan kualitas 1920 x 1080 px, sehingga apa yang ditampilkan dalam video profil ini dapat terlihat jelas, selain itu dengan gaya berbicara voice over yang tenang dan jelas, membuat orang yang melihat tidak bosan untuk melihat video profil tersebut.

Tahapan terakhir atau tahapan *post Production* ini merupakan tahap kritis dalam proses pembuatan video profil, karena dalam tahap ini proses pra produksi kemudian produksi di proses sehingga menciptakan sebuah karya yang menarik dan informatif. (Anwar et al., 2022)

SIMPULAN

Simpulan dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Karedok Kecamatan Jatigede ialah:

1. Proses pembuatan video profil Desa Karedok melibatkan tahapan yang sistematis, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, yang dilakukan secara menyeluruh untuk memastikan hasil yang maksimal. Pada tahap pra-produksi, tim melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi potensi unggulan desa, seperti luasnya lahan persawahan, produk UMKM khas seperti telur asin, serta budaya lokal yang menjadi daya tarik utama. Data yang terkumpul kemudian diolah untuk menyusun storyboard dan rencana teknis produksi.

Tahap produksi melibatkan perekaman berbagai aktivitas masyarakat, wawancara dengan kepala desa, dan pengambilan gambar estetis dari potensi unggulan desa, termasuk panorama alam dan kegiatan pertanian. Proses ini dilakukan dengan menggunakan peralatan berkualitas tinggi untuk memastikan hasil rekaman memenuhi standar visual modern. Pada tahap pasca-produksi, tim fokus pada penyuntingan video dengan menambahkan narasi suara (voice-over), latar musik, dan efek visual, sehingga menghasilkan video profil dengan resolusi HD 1920x1080 piksel. Video ini tidak hanya menampilkan keunggulan Desa Karedok secara informatif, tetapi juga membangun narasi visual yang menarik dan mampu mencerminkan identitas desa. Keseluruhan proses ini menunjukkan dedikasi terhadap kualitas, menjadikan video profil sebagai sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan citra dan daya tarik Desa Karedok.

2. Video profil Desa Karedok menjadi sebuah produk teknologi tepat guna yang berfungsi sebagai sarana promosi dan informasi untuk memperkenalkan keunggulan desa kepada masyarakat luas. Secara khusus, video ini menyoroti potensi agrikultur Desa Karedok yang merupakan penghasil utama beras di Kecamatan Jatigede. Dengan luas lahan persawahan sekitar 215 hektar, desa ini mampu menghasilkan 1 hingga 1,5 ton beras setiap bulan, menjadikannya salah satu kontributor utama dalam mendukung ketahanan pangan lokal dan regional. Melalui video ini, tidak hanya kegiatan pertanian yang ditampilkan, tetapi juga proses budidaya beras, tradisi lokal seperti 'Ngarot', dan kontribusi masyarakat desa dalam menjaga kelestarian sumber daya alam. Video ini dirancang dengan kualitas HD 1920x1080 piksel, menonjolkan narasi visual yang menarik serta mencakup kegiatan UMKM seperti produksi telur asin dan kerupuk opak sebagai pelengkap identitas desa. Dengan menyajikan seluruh aspek ini, video profil Desa Karedok diharapkan dapat memikat wisatawan lokal, menarik minat investor, dan memperkuat citra desa sebagai pusat agrikultur dan pariwisata unggulan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada rektor Universitas Padjadjaran dan jajarannya serta Fakultas Ilmu Komunikasi yang memberikan kesempatan dalam pembuatan video profil desa ini, serta pemerintah Desa Karedok yang sudah membantu dalam kelancaran kegiatan pengabdian ini di Desa Karedok.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., & Laily, N. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi, Eds.). Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI. <http://diktis.kemenag.go.id>
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Pemanfaatan Media Publikasi Dalam Promosi Potensi Desa Di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4385/> http
- Anwar, K., Nur, M., & Rohman, F. (2022). TEKNIK EDITING PADA VIDEO PROFIL SMP MUHAMMADIYAH AHMAD DAHLAN METRO. *DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI*, 2(2), 35–39.
- cisco public. (2019). *Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022*.
- Kausar, A., Yusuf,), Sutiawan, F., & Rosalina, V. (2015). PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE KOTA SERANG DENGAN TEKNIK EDITING MENGGUNAKAN ADOBE PREMIER PRO CS 5 1). *Jurnal PROSISKO*, 2(1).
- Made, I., Susila, D., Suradarma, I. B., Atmojo, Y. P., Hilmi, M. R., Luh, N., Srinadi, P., Hostiadi, D., Teknologi, I., Bisnis, D., & Bali, S. (n.d.). Potensi dan Keunggulan Desa Petang Melalui Video Profil sebagai Sarana Informasi kepada Masyarakat. In *WIDYABHAKTI JURNAL ILMIAH POPULER* (Vol. 5, Issue 1).
- Nurosyid, F., Imanuel, M., Ahmad Patria, A., Annas, A., Hiban Awalumuttaqin, I., Kartika Sari, L., Alvin Fahar Nur Fadhillah, M., Rizky Putri Yusa, R., Niken Kusumaningrum, R., & Bunga Safira, S. (2022). *Pembuatan Video*

- Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk INFO ARTIKEL ABSTRAK.*
3, 215–219.
<https://syadani.onlinelibrary.id/>
- Purba, R., & Sya'dian, T. (2022). Pembuatan Video Profile Arjuna Farm. *JURNAL ABDIMAS BUDI DARMA*, 2(2), 98–103.
- Suranny, L. E. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI PERDESAAN DI KABUPATEN WONOGIRI. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 49–62.
<https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>
- Yafie, A. A., Ihsan, M., & Rahman, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital untuk Desa Wisata. *Temali: Jurnal Pembangunan Sosial*, 6(2), 153–160.
<https://doi.org/10.15575/jt.v6i2.26890>