

Penerapan Strategi Rebranding Pada Desa Wisata Kampung Terih Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Menggunakan Metode MDLC

Deli¹, Veri Hartanto²

Universitas Internasional Batam

E-mail: deli@uib.ac.id, 1931179.veri@uib.edu

Abstrak

Desa Wisata Kampung Terih merupakan kampung tua yang memiliki luas sekitar 12 hektar yang terletak pada Kelurahan Sambau, Kecamatan Nongsa. Kampung Terih dikembangkan jadi destinasi wisata sejak tahun 2017 tepatnya pada 10 Desember, yang dikelola menjadi destinasi wisata *digital* itu milik satu keluarga yang terdiri dari empat orang. Desa Wisata Kampung Terih dibangun dengan pelantar kayu dengan konsep klasik di antara rimbunan hutan bakau yang ada disana, selain itu juga terdapat beberapa pondok dan *spot* foto yang *instagramable*. Jam operasional untuk Desa Wisata Kampung Terih beroperasi setiap hari mulai dari pukul 08:00-18:00 WIB. Masalah yang dihadapi oleh Desa Wisata Kampung Terih adalah Semenjak terjadinya pandemi COVID-19, Desa Wisata Kampung Terih menjadi sepi dan wisatawan luar berkurang mengunjungi, hanya terdapat wisatawan lokal. Untuk meningkatkan pengunjungan wisatawan dan dikenal oleh masyarakat luas, Universitas Internasional Batam melakukan kerjasama dengan Desa Wisata Kampung Terih untuk *rebranding* melalui video promosi pada Desa Wisata Kampung Terih yang akan dirancang oleh penulis dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdapat enam tahapan yaitu yaitu konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Video ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media promosi dan informasi yang efektif untuk memperkenalkan Desa Wisata Kampung Terih kepada masyarakat dan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Abstract

Desa Wisata Kampung Terih is an old village that has an area of about 12 hectares located in Sambau Village, Nongsa District. Kampung Terih was developed into a tourist destination since 2017 to be precise on December 10, which is managed into a digital tourist destination that belongs to a family of four people. Desa Wisata Kampung Terih was built with a wooden platform with a classic concept among the lush mangrove forests there, besides that there are also several huts and instagramable photo spots. Operating hours for Kampung Terih Tourism Village operates every day from 08:00-18:00 WIB. The problem faced by Desa Wisata Kampung Terih is that since the COVID-19 pandemic occurred, Desa Wisata Kampung Terih has become deserted and outside tourists have been less visiting, there are only local tourists. To increase tourist visitors and be known by the wider community, Batam International University collaborates with Desa Wisata Kampung Terih for rebranding through promotional videos at Desa Wisata Kampung Terih which will be designed by the author using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method which has six stages, namely concept, design, material collection, manufacture, testing, and distribution. This video is expected to be used as an effective promotional and informational medium to introduce Desa Wisata Kampung Terih to the public and increase tourist interest in visiting.

Keywords: *tourism promotional videos, kampung terih, MDLC, tourist attractions*

Pendahuluan

Indonesia adalah sebuah Negara yang memiliki banyak warisan kekayaan pariwisata mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan dan wisata lainnya. Banyaknya wisata yang dimiliki oleh Indonesia sehingga wisata di Indonesia banyak diminati oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara (Mulyani et al., 2020). Hal tersebut dikarenakan pariwisata adalah sector yang menguntungkan dan sangat berpotensi yang dikembangkan sebagai asset yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara (Jannah et al., 2021). Pengembangan pariwisata merupakan sebuah bentuk pembangunan sektor pada pariwisata yang diperlukan dalam rangka meningkatkan daya tarik yang tinggi pada wisatawan untuk mengunjungi wisata tersebut (Rais, 2020). Untuk memperkenalkan sebuah wisata diperlukan sebuah media informasi agar dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat. Penyebaran informasi pada saat ini tidak mencukupi jika hanya berupa teks saja, tetapi harus mencakup semua unsur multimedia yang ada yaitu mulai dari teks, animasi, audio visual ataupun video sebagai media promosi (Apriliani et al., 2019).

Promosi dapat diartikan sebagai kegiatan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk atau jasa yang ada pada pasar, dengan memberikan sebuah informasi mengenai keunggulan (Pratiwi et al., 2020). Video Promosi adalah salah satu media yang digunakan untuk penyampaian informasi atau suatu kegiatan promosi yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Salah satu ciri dalam video promosi yaitu mempromosikan suatu hal yang detail dengan durasi video yang lebih panjang dari video iklan biasanya, dengan pengambilan video yang dilakukan secara bertahap dari setiap tempat objek yang akan dipromosikan. Sehingga hasil yang

didapatkan lebih terperinci (Wibowo & Kurniadi, 2021).

Masalah

Pada tahun 2017 Desa Wisata Kampung Terih sudah diresmikan sebagai destinasi wisata *digital* ke-7 dari 30 destinasi *digital* di seluruh Indonesia. Tidak hanya turis lokal yang mengunjungi wisata tersebut, melaikan juga turis mancanegara. Pada tahun 2020 Desa Wisata Kampung Terih dinyatakan tutup sementara dikarena pandemi Covid-19 dan mulai buka kembali pada akhir tahun 2021 dengan kondisi *new normal*. Namun terjadinya penurunan pengunjung yang dikarenakan kurangnya media promosi yang dilakukan dari Desa Wisata Kampung Terih. Oleh karena itu diperlukan sebuah video promosi pada Desa Wisata Kampung Terih, agar dapat meningkatkan pengunjungan wisatawan kembali seperti biasa baik itu wisatwan lokal maupun dari mancanegara. Dengan menggunakan video promosi akan lebih menarik perhatian masyarakat untuk melihat video tersebut dan mengetahui suatu tempat yang akan dikunjungi.

Metode

Dalam tahap pengumpulan data untuk merancang video promosi, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengambilan data yang dilakukan secara lisan langsung dengan narasumber, baik melalui tatap muka langsung ataupun melalui telephone (Novasy et al., 2020). Wawancara dilakukan melalui tatap muka secara langsung dengan Bapak Fadli selaku pengurus dan Ketua RT dari Desa Wisata Kampung Terih. Metode ini

merupakan upaya yang dilakukan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan video yang diperlukan.

b. Observasi

Observasi adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data melalui suatu pengamatan dan pengindraan (Oliver Honarto et al., 2021). Observasi dilakukan secara langsung ke tempat Desa Wisata Kampung Terih dengan memperhatikan beberapa lokasi yang ada dengan tujuan agar mendapatkan data pendukung saat perancangan video promosi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode mencari data yang berupa catatan, buku, surat kabar, agenda, dan sebagainya (Panegak & Kusumandyoko, 2021). Dalam metode ini penulis mengumpulkan data-data yang meliputi sejarah dari Desa Wisata Kampung Terih.

Metode yang digunakan dalam perancangan video promosi ini adalah metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*. Metode tersebut digunakan dalam proses pembuatan video, karena dalam prosesnya meliputi elemen *multimedia* seperti *teks*, gambar, dan video sehingga dapat diolah dengan metode tersebut (Pratama & Wasatan, 2022). Dalam MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) terdiri 6 tahapan yaitu konsep (*Concept*), perancangan (*Design*), pengumpulan bahan (*Material Collecting*), pembuatan (*Assembly*), pengujian (*Testing*), dan distribusi (*Distribution*).

1. Konsep (*Concept*)

Pada tahap ini adalah tahap melakukan sebuah perumusan pada konsep video yang akan dirancang yaitu video promosi dengan tujuan agar dapat sebuah gambaran permasalahan yang dihadapi serta solusi dari permasalahan pada Desa Wisata Kampung Terih. Konsep video promosi yang akan dirancang lebih

ditujukan kepada semua kalangan masyarakat, terutama yang menyukai *traveling* mengunjungi wisata dan menyukai makanan kuliner *seafood*. Pada video tersebut akan memberikan informasi mengenai Desa Wisata Kampung Terih mulai dari fasilitas, keindahan, keasriannya dan kuliner khas melayu yang dapat dijadikan sebagai potensi sektor pariwisata. Video akan diambil dengan teknik yang berbeda pada tiap scenenya yang dikombinasikan dengan jenis *shot*, *angle* kamera dan pergerakan pada kamera. Dalam video juga akan terdapat *voice over* yang akan menjelaskan informasi mengenai Desa Wisata Kampung Terih. Tujuan dari video tersebut untuk memperkenalkan salah satu wisata yang dengan status sebagai kampung tua pada Kota Batam yang menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung.

2. Perancangan (*Design*)

Tahap ini dilakukan perancangan secara rinci dan detail dengan menggunakan *storyboard* untuk menggambarkan rangkaian cerita pada setiap scene agar dapat mudah dimengerti penonton dan proses pengambilan video. *Storyboard* yang dibuat akan sesuai dengan ide konsep yang sudah ditentukan sebelumnya dan dikembangkan menjadi sebuah video promosi.

3. Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*)

Pada tahapan *material collecting* ini adalah tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan dalam pembuatan video. Bahan tersebut mulai dari gambar, video, suara, ataupun tulisan. Untuk *footage* video diambil secara pribadi dengan menggunakan kamera Sony A6400 dan gimbal dji ronin 2. Sedangkan untuk suara dan beberapa *footage* drone didapatkan pada *platform* youtube dengan *non copyright* dan perizinan yang ada.



Gambar 1. Proses pengumpulan data

4. Pembuatan (*Assembly*)

Pada tahap *assembly* adalah tahap pembuatan proyek yang dirancang dan disusun berdasarkan pada *storyboard* dan akan dilakukan pengeditan video yang menjadi lebih menarik dalam *software* Adobe Premiere Pro dengan *sequence* yang digunakan 1920 x 1080 px, codec H.264 dan *frame rate* 60fps. Video juga ditambahkan beberapa transisi dan *audio* sebagai *sound effect* berserta *background music*.



Gambar 2. Proses editing video

5. Pengujian (*Testing*)

Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat dan dengan revisi ataupun koreksi pada video tersebut. Pengujian akan dilakukan dengan cara menonton ulang video, dimulai dari penggunaan transisi yang sesuai, *colour grading* yang di atur pada setiap *scene*, *voice over*nya yang terlalu besar atau kecil ketika menonton video tersebut. Video ini akan diuji oleh dosen pembimbing dan jika terdapat kesalahan akan dilakukan revisi pada video tersebut.

6. Distribusi (*Distribution*)

Tahap ini merupakan tahap akhir dalam metode pengembangan MDLC, yaitu video tersebut akan diberikan kepada

dosen pembimbing untuk dilakukan validasi pada video tersebut, jika video tersebut sudah validasi oleh dosen pembimbing maka akan dipublikasikan ke sosial media yaitu pada *platform* youtube.



Gambar 3. Publikasi

Pembahasan

Hasil dari perancangan luaran kegiatan dalam proyek ini adalah sebuah video promosi mengenai Desa Wisata Kampung Terih sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama pihak mitra Desa Wisata Kampung Terih, yang dimana dapat membantu pihak Desa Wisata Kampung Terih menjadi lebih dikenal oleh kalangan masyarakat, baik dari lokal ataupun mancanegara. Video dirancang sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat dan disepakati bersama pihak mitra. Proses editing pada video dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020*, setelah video selesai di edit akan dilakukan tahap pengujian pada video tersebut. Berikut terdapat gambar 4 yang merupakan sebuah *intro* dari video tersebut yaitu *footage* drone pada jembatan barelang yang mengarti bahwa wisata yang dipromosi pada video tersebut berada pada Kota Batam dengan tambahan *voiceover* yang menjelaskan bahwa Kota Batam merupakan provinsi kepulauan Riau yang menjadi sebuah kunjungan wisatawan.



Gambar 4. Intro pada video promosi Desa Wisata Kampung Terih

Setelah *intro* video, *scene* selanjutnya yang terdapat pada gambar 5 merupakan *scene* gapura menuju Desa Wisata Kampung Terih yang dimana terdapat juga *text* “Desa Wisata Kampung Terih”.

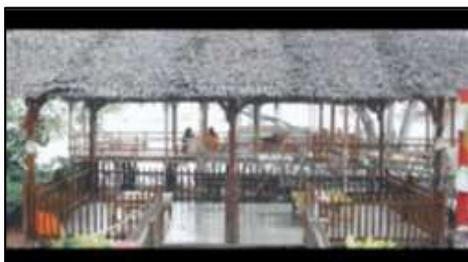


Gambar 5. *Gapura menuju Desa Wisata Kampung Terih*

Pada gambar 6 sampai dengan gambar 8 merupakan *scene* pengenalan fasilitas dan area yang terdapat pada Desa Wisata Kampung Terih, mulai dari papan area yang menunjukkan area-area yang ada di Desa Wisata Kampung Terih, terdapat juga *scene* pondok-pondok mulai dari ukuran besar hingga ukuran yang kecil dan *scene* seorang wanita yang sedang berjalan pada area hutan mangrove sambil berputar dengan ekspresi yang senang ditambah dengan efek *leak light* agar lebih *cinematic*. Sepanjang video juga terdapat *voice over* yang dijelaskan sesuai dengan scenenya.



Gambar 6. *Papan area wisata*



Gambar 7. *Pondok pada Desa Wisata Kampung Terih*



Gambar 8. *Area Hutan Mangrove*

Selanjutnya terdapat gambar 9 yang menunjukkan sebuah spanduk yang dimana terdapat menu-menu khas melayu pada Desa Wisata Kampung Terih. Setelah menunjukkan *scene* menu terdapat transisi *zoom in* untuk perpindahan *scene* untuk pengenalan menu khas kuliner pada Desa Wisata Kampung Terih yang dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 9. *Spanduk menu khas kuliner Desa Wisata Kampung Terih*



Gambar 10. *Transisi zoom in perpindahan scene*

Setelah transisi *zoom in*, pada gambar 11 merupakan perpindahan *scene* dari sebelumnya yang menunjukkan seorang wanita yang sedang memilih menu makanan. Terdapat juga beberapa *scene* yang diambil dengan *closeup shot* pada makanan yang telah disajikan pada gambar 12, disertai juga dengan *voiceover*.



Gambar 11. Scene memilih menu



Gambar 12. Menu makanan khas melayu

Selanjutnya pada gambar 13 menunjukkan area untuk bersantai berjalan pada jembatan kayu sambil menikmati pemandangan yang dimana langsung menghadap ke area Batam Center. Selain itu juga terdapat *timelapse* pemandangan pada gambar 14 dengan *view* laut yang menghadap area Kota Batam Center yang telah direkam sebagai *scene* akhir menuju *outro* pada video tersebut.



Gambar 13. Area Jembatan untuk bersantai



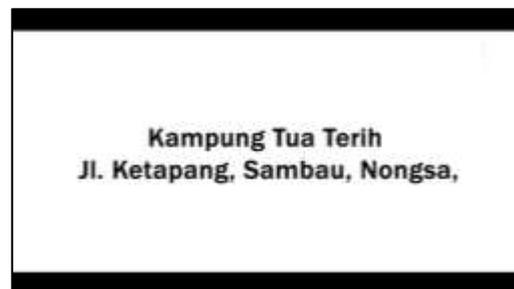
Gambar 14. Timelapse sore hari menuju malam hari

Pada akhir video terdapat sebuah logo Desa Wisata Kampung Terih beserta

alamat yang ditampilkan dalam bentuk *teks* pada gambar 15 dan gambar 16. Selain itu juga terdapat logo Universitas Internasional Batam pada gambar 17 sebagai tanda kerja sama bersama pihak mitra Desa Wisata Kampung Terih dan *teks* “ Drone Footage By INDODRONE” pada gambar 18 sebagai tanda izin dan terima kasih dalam penggunaan footage drone pada video tersebut.



Gambar 15. Logo Desa Wisata Kampung Terih



Gambar 16. Alamat Desa Wisata Kampung Terih



Gambar 17. Logo Universitas Internasional Batam



Gambar 18. Teks copyright INDODRONE

Kondisi setelah melakukan tahap implementasi pada sosial media dan video promosi kepada pihak mitra. Hasil yang di dapatkan sangat membantu dan menjadi sebuah solusi pada masalah yang pada pihak mitra yaitu meningkatkan kunjungan wisatawan dan memperkenalkan makanan khas melayu dari Desa Wisata Kampung Terih. Video yang diunggah pada sosial media kini dapat dikenal oleh masyarakat batam ataupun lainnya dan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi pada Desa Wisata Kampung Terih.

Berikut merupakan dokumentasi pertemuan bersama pihak mitra beserta dosen pembimbing dan penyerahan hasil project yang telah selesai dibuat :



Gambar 19. Dokumentasi foto bersama



Gambar 20. Penyerahan hasil project dalam bentuk softcopy

Simpulan

Video promosi merupakan salah satu media yang strategis dan efektif untuk memperkenalkan wisata-wisata yang ada pada masa kini dan mendukung potensi pada wisata salah satunya Desa Wisata Kampung Terih pada Kota Batam. Berikut merupakan kesimpulan yang dibuat oleh penulis dalam pelaksanaan pengabdian kepada Desa Wisata Kampung Terih :

1. Pelaksanaan pengabdian pada Desa Wisata Kampung Terih ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan solusi beserta menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pada Desa Wisata Kampung Terih.
2. Hasil proyek yang dirancang sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan yaitu sebuah video promosi mengenai pengenalan pada Desa Wisata Kampung Terih untuk meningkatkan pengunjung wisatawan baik lokal maupun mancanegara.
3. Dengan hasil implementasi yang dipublish melalui sosial media menjadi sebuah informasi mengenai Desa Wisata Kampung Terih yang dapat dilihat dan dikenal oleh masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- Apriliani, Z., Hasanah, U., Anas, A. S., Ilmu, J., & Bumigora, K. (2019). Pembuatan Video Profil Dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat

- Sengkoah Sebagai Media Informasi Making of Video Profile With Vintage Effect of Sengkoah Traditional Kampung As Information Media. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia (JTIM)*, 1(1), 57–65.
- Jannah, R., Putri, B. G. Y., Samsudin, S., Rahman, Y. A., & Nuriadi, N. (2021). Promosi Dan Pemasaran Dalam Pengembangan Taman Wisata Edukasi Jabal Rahmah Desa Jango Kecamatan Janapria. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(1). <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v4i1.558>
- Mulyani, D. C., Pujiyanto, P., & Nurfitri, R. (2020). Perancangan Video Pariwisata Kawah Wurung Bondowoso Sebagai Media Promosi. *MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(01), 20–25. <https://doi.org/10.32664/mavis.v2i01.479>
- Novasy, H. A., Syafwandi, & Kamal, M. N. (2020). Perancangan Video Promosi Objek Wisata Pemandian Alam Aia Baliang. *DEKAVE : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 173–190. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/108158>
- Oliver Honarto, D., Dektisa, A. H., & Malkisedek, M. H. (2021). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Cv. Eureka Architect. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(17), 10. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10910>
- Panegak, M. S., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan Video Promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan. *Jurnal Barik*, 2(3), 229–242.
- Pratama, J., & Wasatan, S. (2022). Perancangan Video Pengenalan Objek Wisata Di Pulau Kalok Dengan Pendekatan Sinematik. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 11(1), 66–70. <https://doi.org/10.30591/smartcomp.v11i1.3159>
- Pratiwi, K. N. K., Suryana, J., & Witari, N. N. S. (2020). Perancangan Video Promosi Perahu Wisata Di Pantai Penimbangan, Singaraja, Bali. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 10(2), 103–112.
- Rais, S. (2020). Agrowisata Kampung Terih Sebagai Pengembangan Desa Pariwisata Di Batam. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 20(2), 19–26. <https://doi.org/10.24036/invotek.v20i2.734>
- Wibowo, T., & Kurniadi, A. D. (2021). Perancangan Dan Pembuatan Video Promosi Wisata Kota Bengkulu Menggunakan Metode ADDIE. *Conference on Business, Social Sciences ...*, 1(1), 365–374.
- Dibuat dengan pedoman standar kutipan APA 7 (American Psychological Association). Untuk referensi dan daftar pustaka, penulis diwajibkan untuk menggunakan program Mendeley (tersedia di www.mendeley.com). Contohnya:
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Khalaf, R., Habes, M., & Shaalan, K. (2019). An innovative study of e-payment systems adoption in higher education: Theoretical constructs and empirical analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(6), 68–83. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i06.987>