

Deployment dan UAT Video Dokumenter Desa Wisata Teluk Mata Ikan

Muhammad Hafiz Ivan Irawan¹, Jimmy Pratama, S.Kom., M.MSI.²

Universitas Internasional Batam

email: 2131007.muhammad@uib.ac.id, jimmypratama@uib.ac.id

Abstrak

Sebagai sektor yang sedang berkembang pesat, pariwisata memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan negara. Meskipun begitu, Desa Teluk Mata Ikan masih belum dikenal secara luas karena kurangnya pemahaman masyarakat akan teknologi digital. Untuk mengatasi hal tersebut, kami telah mengambil inisiatif dengan membuat video dokumenter tentang Desa Teluk Mata Ikan. Informasi yang kami peroleh dari tim Pariwisata serta observasi langsung akan menjadi landasan utama dalam pembuatan video ini. Kami berharap video tersebut dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan keindahan Desa Teluk Mata Ikan kepada masyarakat luas. Selain itu, di masa depan, kami juga merencanakan pengambilan video yang lebih detail untuk setiap destinasi menarik di Desa tersebut, sehingga informasi yang kami sajikan dapat lebih komprehensif dan informatif.

Kata Kunci: *Media Sosial, Video Dokumenter, Desa Teluk Mata Ikan, Caption, Unggah*

Abstract

As a fast-growing sector, tourism has a significant impact on the country's income. However, Teluk Mata Ikan Village is still not widely known due to the community's lack of understanding of digital technology. To address this, we have taken the initiative to create a documentary video about Teluk Mata Ikan Village. The information we obtained from the Tourism team as well as direct observation will be the main basis for making this video. We hope that the video can be an effective tool to introduce the beauty of Teluk Mata Ikan Village to the wider community. In addition, in the future, we also plan to shoot more detailed videos for each interesting destination in the village, so that the information we present can be more comprehensive and informative.

Keywords: *Social Media, Documentary Video, Teluk mata ikan village, Caption, Upload*

Pendahuluan

Pariwisata adalah kegiatan yang menandakan istirahat sebentar dari rutinitas hidup serta relaksasi melalui berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang baik di destinasi wisata (Mularsari & Farika, 2022). Untuk merespons hal ini, penting untuk terus mengikuti perkembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan (Anden, 2021). Pertumbuhan sektor pariwisata ini

memberikan manfaat bagi pemerintah, swasta, dan masyarakat. Sebagai salah satu sektor yang berkembang cepat, pariwisata memiliki dampak langsung terhadap pendapatan negara (Dwina, 2020). Karena itu Desa Wisata Teluk Mata Ikan hadir dengan keindahan dan keunikannya yang dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2, gambar 1 merupakan pintu masuk dari desa wisatanya dan gambar 2 merupakan gazebo yang terletak di pantai alya.



Gambar 1 Pintu Masuk Desa Teluk Mata Ikan



Gambar 2 Pantai Alya

Desa Wisata Teluk Mata Ikan merupakan desa yang terletak di Kelurahan Sambau, Nongsa, Kota Batam, yang berada di pinggiran pantai kota Batam dan berhadapan langsung dengan negara tetangga Malaysia dan Singapura. Desa ini sangat mempertahankan kelestarian budaya Melayunya. Menurut cerita rakyat setempat, Desa Wisata Teluk Mata Ikan dinamai demikian karena dulu ada mata ikan yang sebesar ceper dan dulang yang terdampar di daerah teluk, dan dari peristiwa tersebut desa tersebut kemudian dinamakan Desa Teluk Mata Ikan. Pada Desa Wisata Teluk Mata Ikan, terdapat berbagai titik lokasi yang sudah ditentukan, mulai dari titik 11 hingga titik 1. Setiap titik

mewakili ciri khas masing-masing tempat di desa tersebut.

Sebagai contoh, pada titik 11, terdapat keindahan Pantai Alya, sementara titik 10 menampilkan Pantai Toukenya, dan titik 9 dilengkapi dengan Gazebo Sulaimannya. Selain itu, terdapat berbagai fasilitas seperti warung kecil, penginapan/homestay, masakan khas Melayu, dan berbagai wahana di Desa Teluk Mata Ikan ini. Desa ini menjadi destinasi menarik bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam serta kearifan lokal budaya Melayu. Namun, keunikan dan keindahan tentang desa ini masih kurang diketahui oleh banyak orang. Tentu saja, situasi ini harus segera diatasi. Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, kita memiliki kesempatan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa ini (Arini & Wibisono, 2022). Namun, tantangannya adalah adanya keterbatasan pengetahuan dan penggunaan teknologi oleh masyarakat lokal dalam memanfaatkan media sebagai sarana promosi.

Dengan keindahan serta keunikan luar biasa yang dimiliki Desa Wisata Teluk Mata Ikan, sangat disayangkan jika hanya sebagian orang yang mengetahui akan hal ini. Padahal keindahan desa ini bisa membuat wisatawan lokal maupun internasional terpujau.

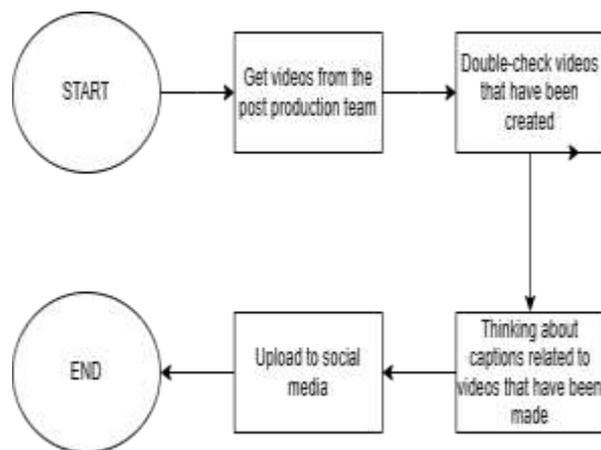
Masalah

Penduduk di desa ini tidak semuanya mampu menggunakan teknologi seperti yang sekarang kita pakai. Hambatan inilah yang membuat desa ini kurang mendapat perhatian dari orang-orang (Nisa & Hidayati, 2022). Dengan alasan dari permasalahan tersebut dibutuhkan cara untuk melakukan promosi pada Desa Wisata Teluk Mata Ikan ini. Maka Program Studi Pariwisata bekerja sama dengan Program Studi Sistem Informasi untuk membangun sebuah media yang dapat mengenalkan area sekitar Desa

Wisata dalam bentuk Video Dokumenter, yang nantinya akan di sebarakan ke media sosial. Dengan harapan hal tersebut dapat memberikan informasi terkait Desa Wisata Teluk Mata Ikan kepada setiap orang (Satria & A.R., 2021).

Metode

Metode yang digunakan dalam deployment dan uat video dokumenter ini dipresentasikan dalam bentuk flowchart:



Gambar 3.1

Dalam melakukan proses deploy Tahap Pengambilan Video dari Pihak *Post-Production*

Pada tahap ini penulis mendapatkan video yang telah jadi dari team post production

Double-Check Videos That Have Been Created

Pada tahap ini penulis melakukan pengecekan lagi sebelum video di publish, hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan ketika produk sudah di publish

Thinking About Captions Related to Videos That Have Been Made

Pada tahap ini penulis memikirkan tentang caption pada video yang akan di buat (Hook). Hal ini diperlukan agar caption yang menarik serta tag yang akan di tulis dapat membantu menaikkan tingkat potensi keviralan video ini

Upload To Social Media

Setelah video telah dibuat dan caption (*Hook*) telah di tetapkan, video selanjutnya akan di posting / disebarakan kedalam platform youtube

Kegiatan ini berlangsung pada periode 12 Februari hingga 31 Mei 2024. Dengan berlokasi pada Desa Wisata Teluk Mata Ikan

Pembahasan

Pada tahap ini dilakukan sebuah diskusi terkait *caption* apa yang ingin digunakan untuk di posting ke media sosial. *Caption* ini sangat penting untuk mendapatkan *Attention* dari orang yang akan melihatnya. Selain memikirkan *caption*, kita juga akan melakukan pengecekan terkait video yang telah diberikan oleh pihak post-production. Hal ini dilakukan biar video benar-benar sesuai dengan skena yang telah dibuat dan ditentukan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.1 yang merupakan revisi konten video yang telah dikirimkan oleh tim post-production



Gambar 4.1 Revisi Konten Video



Gambar 4.2 Pemikiran Caption

Setelah melakukan pencarian terkait *caption*, semua *caption* yang berkaitan mulai disusun dan dipilih yang terbaik seperti yang terdapat pada gambar 4.4, Video juga sudah tidak ada lagi revisi dan video di unggah ke sosial media dapat dilihat pada gambar 4.5 dimana video sudah masuk kedalam google drive.



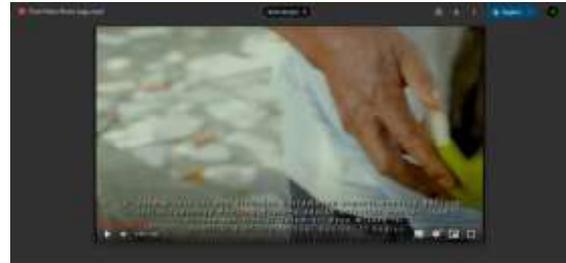
Gambar 4.3 Penyelesaian Revisi



Gambar 4.4 Penetapan Caption

Setelah video di unggah , tidak ada lagi kendala yang dihadapi , hanya saja kita perlu memantau terkait analisa konten yang telah kita unggah. Apakah konten ini

menarik? Apakah konten ini sesuai dengan target pasar nya dan lain sebagainya. Tujuan evaluasi ini agar kita bisa mengetahui kekurangan dan kelebihan konten ini.



Gambar 4.5 Video Dikirim melalui Google Drive

Simpulan

Desa Wisata Teluk Mata Ikan merupakan desa yang terletak di Kelurahan Sambau, Nongsa, Kota Batam, yang berada di pinggiran pantai kota Batam dan berhadapan langsung dengan negara tetangga Malaysia dan Singapura. Desa ini memiliki segudang keindahan alam dan keunikan yang tidak dimiliki oleh desa lainnya. Ciri khas tersebutlah yang membantu perkembangan perekonomian desa wisata ini. Namun keindahan alam tersebut masih belum bisa dinikmati oleh sebagian orang, karena keterbatasan pengetahuan tentang desa ini. Dengan begitu video dokumenter dibuat untuk menjawab masalah tersebut. Dengan harapan isi video dokumenter tersebut dapat tersampaikan kepada penonton yang melihatnya.

Saran yang bisa diberikan adalah untuk membuat *caption* yang lebih singkat namun tetap jelas dalam video dokumenter ini. Penting juga untuk mencari banyak referensi terkait pembuatan *caption*. Dalam hal editing, lebih baik memperhatikan detail-detail gambar atau footage yang diambil. Dengan menjelaskan setiap titik dengan lebih jelas, keunikan desa ini dapat lebih tersampaikan.

Daftar Pustaka

- Anden, T. E. (2021). Masa Depan Industri Pariwisata Kota Palangka Raya (Perspektif dan Solusinya). *Jurnal Penelitian UPR*, 1(1), 9–16.
- Arini, K. A., & Wibisono, N. (2022). Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Brand Awareness Romantic Garden Pinus di Instagram. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 13-14 Juli 2022*, 13(01), 972–976.
- Dwina, I. (2020). Melemahnya Ekonomi Indonesia Akibat Covid-19. *Program Studi Pendidikan IPS, FKIP Universitas Lambung Mangkurat*, 1–5.
- Mularsari, A., & Farika, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Rooseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(April), 17–30.
- Nisa, A. M., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 28–35.
- Satria, R., & A.R., H. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 160–171.