

PENGEMBANGAN VIDEO SINEMATIK INFOGRAFIS WISATA DESA AMBENGAN

**Ketut Agus Seputra¹, Luh Joni Erawati Dewi², A.A. Gede Yudhi Paramartha³, I Nyoman
Saputra Wahyu Wijaya⁴, Ni Putu Novita Puspa Dewi⁵**

^{1,2,3,4,5}Jurusan Teknik Informatika FTK UNDIKSHA

Email: ¹agus.seputra@undiksha.ac.id, ²joni.erawati@undiksha.ac.id, ³yudhi.paramartha@undiksha.ac.id,

⁴wahyu.wijaya@undiksha.ac.id, ⁵novita.puspa.dewi@undiksha.ac.id

ABSTRACT

The Ambengan Village Government, in this case by BUMDES, has intensively coordinated, assisted, managed, and made improvements to the accessibility of tourist destinations. These efforts shown that the involvement of the village government in managing tourism in Ambengan Village has been carried out well. The reopening of tourist destinations during the pandemic has also been prepared, where all tourist destinations in Ambengan Village have implemented the regulated health protocol. The implementation of this health protocol includes providing hand washing facilities, hand sanitizers, and mask wearing for all tourism service officers. The submission of the CHSE certification has also been attempted by the local government to show that Ambengan Village is taking a serious look in implementing health protocols as to serve well in tourism. These efforts must of course be conveyed to the general public as potential tourists. The development of infographic cinematic videos is one of the efforts to socialize these activities. The Ambengan Village tourism video shows the natural charm of tourist attractions in Ambengan accompanied by information related to the village profile, the uniqueness of each tourist attraction, accessibility to tourist objects, including the application of health protocols. For this reason, this video tries to present a memorable experience from the journey of two talents who traveled to Ambengan. All of these things are packaged with the concept of an infographic cinematic video.

Keywords: *visit ambengan, infographic cinematic video, tourism video*

ABSTRAK

Pemerintah Desa Ambengan, dalam hal ini oleh BUMDES, telah gencar melakukan koordinasi, pendampingan, pengelolaan destinasi wisata, hingga melakukan perbaikan terhadap aksesibilitas. Upaya tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan pemerintah desa dalam mengelola pariwisata di Desa Ambengan telah dilakukan dengan baik. Pembukaan kembali destinasi wisata dalam masa pandemi juga telah disiapkan, dimana seluruh destinasi wisata yang ada di Desa Ambengan telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Penerapan protokol kesehatan ini antara lain menyediakan fasilitas cuci tangan, hand sanitizer, dan penggunaan masker pada seluruh petugas pelayanan. Pengajuan sertifikat CHSE juga telah diupayakan oleh pengelola untuk menunjukkan bahwa Desa Ambengan serius dalam menerapkan protokol kesehatan untuk melayani wisatawan. Upaya tersebut tentu harus disampaikan kepada masyarakat umum sebagai calon wisatawan Pengembangan video sinematik infografis merupakan salah satu upaya untuk mensosialisasikan kegiatan tersebut. Video wisata Desa Ambengan menampilkan pesona alam tempat wisata di Ambengan disertai informasi terkait profil desa, keunikan masing-masing daya tarik wisata, aksesibilitas objek wisata, termasuk penerapan protokol kesehatan. Untuk itu video ini mencoba menyajikan pengalaman yang tak terlupakan dari perjalanan dua talenta yang berwisata ke Ambengan. Semua itu dikemas dengan konsep video sinematik infografis.

Kata kunci: *visit ambengan, video sinematik infografis, video wisata*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membawa perubahan terhadap seluruh aspek kehidupan manusia. Industri pariwisata menjadi salah satu aspek yang sangat terganggu. Kehidupan *new normal*

untuk pariwisata sudah diupayakan melalui sertifikasi CHSE (*Clean, Health, Safety, dan environment*) terhadap pelaku pariwisata yang ada di Indonesia. Kini saatnya para pelaku

wisata, termasuk pengelola desa wisata untuk ikut bangkit dan bergerak dalam upaya perbaikan kualitas destinasi wisata, pelayanan, maupun promosi wisata. Melalui kolaborasi yang baik antara kebijakan pemerintah dan upaya pelaku wisata akan membangkitkan kembali pariwisata Bali dalam masa pandemi.

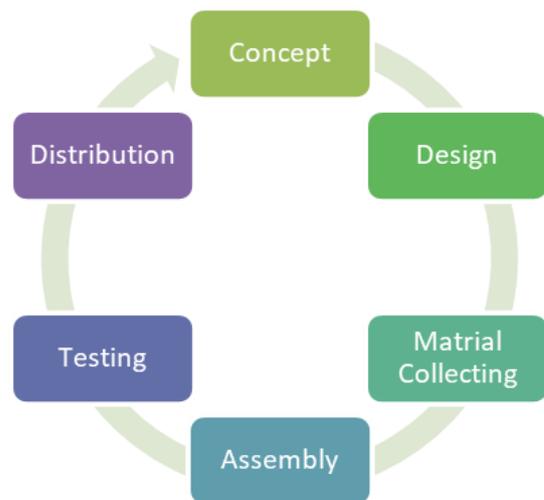
Desa Ambengan sebagai salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Buleleng telah siap menyambut wisatawan. Pembukaan Destinasi Wisata baru seperti Gatep Lawas adalah salah satu upaya nyata untuk menumbuhkan kembali denyut wisata di Ambengan, serta Bali pada umumnya. Selama pandemi berlangsung dan dibatasinya kegiatan wisata masyarakat, Kelompok Sadar Wisata (Pok Darwis) atas koordinasi Bada Usaha Milik Desa (BUMDES) rutin melakukan gotong royong memperbaiki sarana-prasarana pada setiap Destinasi. Perbaikan sarana-prasarana termasuk juga melengkapi sarana cuci tangan yang menjadi kewajiban bagi seluruh penyelenggara wisata di Indonesia dalam mengadopsi kebiasaan baru berwisata ditengah pandemi. Pembukaan kembali perjalanan wisata di Indonesia diharapkan dapat membalas jerih payah selama pandemi ini, dan membangkitkan kembali perekonomian masyarakat desa Ambengan yang sebagian besar berprofesi sebagai petani dan pelaku wisata. Namun faktanya usaha tersebut belum mampu menaikkan kunjungan wisatawan nasional dan internasional, dilihat dari kunjungan wisatawan masih sangat didominasi oleh wisatawan lokal.

Promosi telah dilakukan, salah satu diantaranya melalui pengembangan Sistem Informasi Wisata Visit Ambengan (Seputra, Marti, Setemen, & ..., 2020). Promosi lainnya pun telah dilakukan melalui sosial media untuk menggait pasar anak muda. Update website maupun konten sosial media yang tidak dilakukan secara berkala juga menjadi salah satu kendala untuk mengoptimalkan promosi secara digital. Terlebih lagi, media promosi masih berupa konten statis juga belum dapat menyampaikan informasi secara detail dan menarik. Pengembangan video sinematik infografis dapat

menjadi salah satu konsep pengembangan video promosi untuk wisata Desa Ambengan. Dengan video promosi pariwisata dapat mempengaruhi persepsi, perilaku, dan reaksi emosional wisatawan terhadap suatu destinasi (Guerrero-Rodríguez, Stepchenkova, & Kirilenko, 2020). Video promosi dirancang untuk dapat menampilkan pesona wisata Ambengan dengan lebih menarik disertai dengan infografis yang memberikan informasi detail kepada masyarakat calon wisatawan.

METODE

Terdapat banyak metode dalam pengembangan sebuah video, namun yang umum dan mudah diadopsi yakni Multimedia Development Life Cycle yang terdiri dari *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing*, dan *Distribution* (Thomas, Sompie, & Sugiarto, 2018).



Gambar 1. *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*

Adapun tahapan dari metode MDLC yakni sebagai berikut.

1. *Concept*

Tahapan konsep menjadi penting terutama untuk menetapkan tujuan video. Mulai dari analisis permasalahan yang diselesaikan, data yang dimiliki, hingga bagaimana informasi disampaikan

2. *Design*
Desain multimedia menjabarkan secara rinci mengenai konsep video, konten yang ditampilkan, termasuk juga sumber daya yang dimiliki.
3. *Material Collecting*
Tahapan ini adalah tahapan pengumpulan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proyek. Pada tahapan ini juga termasuk pengambilan video ke lapangan. Sehingga semua asset seperti audio, video, dan gambar-gambar telah siap pada tahap ini.
4. *Assembly*
File-file yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya dirangkai dan disusun pada tahap *assembly* berdasarkan pada design yang telah disepakati. Pada tahapan ini diperlukan beberapa perangkat lunak pendukung untuk merangkai dan membuat video lebih kreatif, diantaranya *adobe premiere*, *adobe after effect*, dan *audacity*.
5. *Testing*
Tahapan ujicoba sangat diperlukan untuk mengetahui apakah hasil proyek multimedia telah sesuai dengan kebutuhan atau design yang disepakati.
6. *Distribution*
Video yang telah divalidasi didistribusikan sesuai dengan tujuan pengembangan video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Situasi

Desa Ambengan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sukasada yang jaraknya 5 km dari kota Singaraja. Desa Ambengan memiliki luas wilayah 13,69 Ha yang terdiri dari empat dusun yakni Dusun Ambengan, Dusun Bukit Balu, Dusun Jembong, Dusun Pebantenan. Desa Ambengan merupakan satu dari sepuluh desa wisata yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Buleleng. Penetapan sebagai desa wisata merupakan salah satu bukti bahwa Ambengan memiliki potensi wisata yang cukup baik untuk dikembangkan lebih lanjut.

Air Terjun dan Kolam Renang Jembong merupakan objek wisata yang paling pertama dibuka untuk umum pada tahun 2005. Pesona air terjun dan kolam renang alami menjadi nilai tawar yang diandalkan oleh pengelola. Terlebih lagi lokasi objek wisata yang dekat dengan jalan desa di dusun jembong tentu memberikan nilai tambah bagi kemudahan akses bagi wisatawan. Fasilitas yang tersedia juga cukup lengkap mulai dari parkir kendaraan roda empat, kantin, ruang ganti, wahana *selfie* hingga wahana *flaying fox* dan berkemah. Namun dalam situasi pandemi ini kunjungan wisatawan mengalami penurunan drastis menyentuh angka 34 wisatawan per hari. Dalam pengelolaan objek wisata, Pemerintah Desa Ambengan menyerahkan sepenuhnya kepada masing-masing kelompok sadar wisata (pokdarwis) dibawah koordinasi Badan Usaha Milik Desa. Dalam hal pengelolaan objek wisata air terjun jembong diserahkan kepada pokdarwis Banten Sari sub Jembong.

Berikutnya pada tahun 2005, objek wisata Blue Lagoon resmi dibuka untuk umum. Dengan tiket masuk sebesar 10.000 per orang, wisatawan dapat menikmati air terjun alami dengan keunikan sebuah kolam yang terbentuk dari genangan air terjun tersebut. Objek wisata Blue Lagoon dikelola oleh pokdarwis Banten Sari sub Blue Lagoon. Kehadiran objek wisata Blue Lagoon tentu menambah keunikan alam Desa Ambengan. Dengan rata-rata kunjungan wisatawan dalam kondisi normal menyentuh angka 35 per hari tentu memberikan banyak kontribusi tidak hanya kepada pendapatan pengelola objek, tetapi juga kepada Pemerintah Desa Ambengan.

Selain dua objek wisata tersebut, masing-masing pokdarwis dibawah koordinasi Pemerintah Desa Ambengan juga menjalin kerjasama dengan Desa lain seperti dengan Desa Sambangan. Kerjasama telah terjadi dengan saling membuka akses objek wisata yang dibuka pada masing-masing

Desa. Sehingga, pokdarwis Banten Sari pun dapat membuka tiket masuk terhadap objek wisata yang ada di Desa Sambangan seperti Objek Wisata Aling-Aling.

Banyak potensi wisata yang ada di Ambengan mulai teridentifikasi dan perlahan mulai dibuka untuk umum. Salah satu objek wisata yang dibuka pada tahun 2019 tepat sebelum pandemi Covid 19 yakni Objek Wisata Tubing Gatep Lawas. Keunikan objek wisata ini berada diatas bukit dengan ikon berupa pohon kunyit-kunyit berukuran besar. Daya tarik utama selain pemandangan alam perbukitan dan laut Buleleng yang indah, adalah pada kegiatan Tubing yang dapat dinikmati wisatawan. Pengelolaan objek wisata Gatep Lawas diserahkan kepada pokdarwis Banten Sari sub Gatep Lawas. Walaupun letaknya yang cukup jauh diatas bukit, tetapi kunjungan wisatawan pada kondisi pandemi sudah cukup banyak menyentuh angka 14 wisatawan per hari. Akses jalan kendaraan roda empat pun tersedia melalui jalan melingkar yang melewati pintu masuk objek wisata. Tentu hal ini sangat memudahkan wisatawan menuju objek wisata ini.

Semua destinasi wisata yang terdapat di Desa Ambengan telah dikelola dengan baik oleh Pok Darwis, terutama terkait dengan penerapan protokol CHSE. Namun memang, promosi belum dapat dilakukan dengan optimal terutama dalam *Digital Marketing*. Video yang dikembangkan tentunya juga dapat meningkatkan branding pariwisata (Meiji, Fahmi, Purwasih, & Widiyanto, 2021) dan tentunya juga Branding terhadap Desa Ambengan.

2. Konsep Video

Secara umum, video wisata Desa Ambengan menampilkan pesona alam objek wisata yang ada di Ambengan disertai dengan informasi berkaitan dengan profil desa, keunikan masing-masing objek wisata, serta aksesibilitas menuju objek wisata. Untuk

target audiens menasar remaja dewasa laki-laki dan perempuan berusia 18-25 tahun. Untuk itu video ini mencoba membawakan sebuah pengalaman yang berkesan dari perjalanan seorang talent yang berwisata ke Ambengan. Kesemua hal tersebut dikemas dengan konsep video sinematik infografis. Berkaitan dengan konten yang dibawakan, maka pendekatan dilakukan dengan dua pertanyaan berikut (Wiratna & Lakoro, 2017) (Mulyani, Pujiyanto, & Nurfitri, 2020).

a. *What to Say*

Video yang dikembangkan sangat kuat ingin menyampaikan pesan kepada audiens betapa indahnya pesona alam Ambengan melalui tema "*Beautiful Nature of Ambengan*" dengan konsep video sinematik disertai dengan informasi detail mengenai keunikan masing-masing objek dalam bentuk infografis. Adapun informasi yang ditampilkan dalam video yakni.

- 1) Infografis Desa Ambengan
- 2) Informasi mengenai masing-masing objek wisata
- 3) Aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan
- 4) Aksesibilitas pada masing-masing objek wisata
- 5) Penerapan protokol kesehatan terhadap pelayanan wisatawan

b. *How to Say*

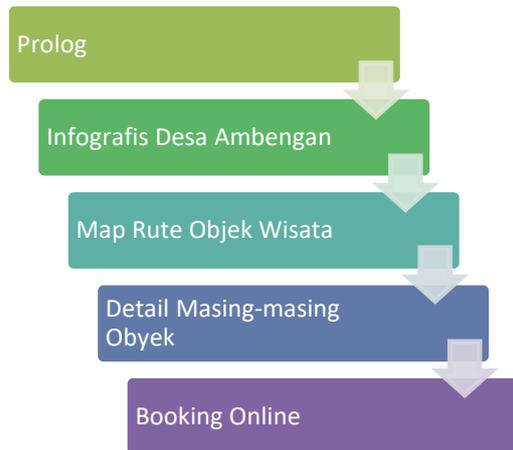
Sesuai dengan informasi yang ditampilkan, maka pertanyaan berikutnya adalah bagaimana cara yang dapat dilakukan untuk menyampaikan informasi tersebut.

- 1) Hal yang paling penting dari perancangan ini adalah bagaimana video sinematik ini mampu memberikan ajakan dan menggugah emosi audiens untuk berwisata ke Ambengan melalui kesan yang disampaikan dari cerita perjalanan seorang talent.
- 2) Informasi berkaitan dengan keunikan dan deskripsi masing-masing objek

wisata yang dikemas melalui infografis yang menarik pada setiap scene objek wisata.

3. Desain

Konten yang ditampilkan pada luaran video ini adalah obyek wisata yang ada di Desa Ambengan, beserta dengan kehidupan masyarakat Desa Ambengan.



Gambar 2. User Flow

Sesuai dengan konsep video sinematik infografis, maka video diawali oleh sebuah prolog yang menyajikan mengenai pesona alam Buleleng secara umum. Adapun desain dari video ini dapat dilihat pada Gambar 2. Bagian prolog mencoba membuka kesan kepada audiens bahwa begitu indahny alam beserta isinya yang bisa dinikmati dan wajib untuk dijaga. Berikutnya masuk ke scene infografis desa ambengan yang menyajikan informasi mengenai geografis dan kehidupan masyarakat desa ambengan. Kemudian diawali oleh peran seorang talent yang membawa audiens menikmati perjalanan pada masing-masing obyek wisata.

Infografis yang ditampilkan dalam konten dibuat ringkas dan padat, oleh karena itu video ini juga menggunakan *voice over* yang membenatu menjelaskan detail obyek wisata. Sebagai penggugah kesan audiens, video juga ditambahkan beberapa *back sound* dengan ritme yang sesuai. Lebih detail tentang desain video dibuat dalam sebuah *storyboard*. Storytelling pada

storyboard fokus menceritakan pengalaman kesan talent yang unik terhadap destinasi wisata yang dikunjungi (Moin, Hosany, & O'Brien, 2020). *Storyboard* ini menjadi panduan pada proses pengambilan gambar dan editing video.

4. Pengambilan Video

Berdasarkan beberapa literatur mengenai pengembangan video, maka diperoleh beberapa acuan dasar tentang luaran video pada perancangan ini.

- Durasi video 5-6 menit
- Talent 2 perempuan
- Narasi deskriptif dan persuatif
- Gerak kamera *medium shot*, *close up*, *long shot*, dan *extreme long shot*.
- Natural Lighting*.

Berdasarkan atas beberapa acuan pengambilan video tersebut, maka diperlukan beberapa alat-alat untuk mendukung pengambilan video dan audio. Yakni sebagai berikut:

- Kamera
- Drone
- Mic & Soundcard.

Pengambilan gambar dilakukan melalui dua tahap yakni tahap pengambilan gambar dengan drone dan tahap detail pada setiap obyek wisata.



Gambar 3. Kolam Renang Jembong

Proses pengambilan video secara detail dilakukan pada masing-masing obyek wisata. Beberapa hal mengenai aksesibilitas, penerapan prookol kesehatan, fasilitas,

tentunya keunikan setiap obyek wisata menjadi konten utama dalam setiap scene obyek wisata. Pengambilan gambar dilakukan oleh 5 orang, termasuk 2 *talent* sesuai yang direncanakan. Berikut pada Gambar 4 mengenai proses pengambilan video detail.



Gambar 4. Pengambilan Video Detail

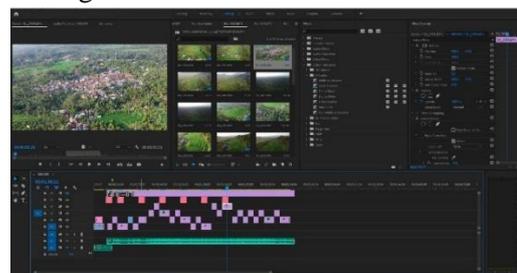
5. Editing

Proses editing merupakan proses yang penting yang menentukan apakah video tersebut telah sesuai dengan konsep dan rancangan yang telah disusun. Seluruh teknik terkait pengembangan video digunakan untuk menghasilkan video yang berkualitas tentu juga sesuai dengan trend saat ini. Proses diawali dari pemilihan video dan pemotongan hingga membentuk scene yang sesuai dengan storyboard yang telah diancang. Setelah video tersusun rapi, selanjutnya diberikan efek-efek tertentu agar video terlihat lebih halus dan kreatif. Infografis juga diberikan pada tahap ini. Tahap *sound scoring* adalah memasukkan *voice over* yang sesuai dengan scene, serta menambahkan *background*. Tahap akhir setelah *mixing* telah dilakukan dengan benar, maka video siap diproduksi melalui tahap rendering. Adapun tahapan yang dilalui dalam proses editing dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tahapan Editing Video

Proses *Editing* menggunakan beberapa perangkat lunak pendukung diantaranya adobe premier untuk *mixing* hingga *rendering*. Terdapat juga adobe after effect untuk memberikan efek-efek tertentu pada video. Terkait perekaman suara *voice over* menggunakan adobe audition. Termasuk didalamnya memerlukan adobe photoshop untuk manipulasi semua file gambar. Berikut pada Gambar 6 dapat dilihat salah satu tangkapan layar proses editing.



Gambar 6. Proses Editing

6. Validasi

Tahapan validasi menjadi penting terutama untuk mengukur kualitas video termasuk konten yang disajikan telah sesuai dengan konsep yang direncanakan dan telah memenuhi kebutuhan pengguna. Adapun tahapan validasi terdiri dari validasi ahli konten yaitu Perbekel desa ambengan atau Bumdes dan validasi ahli media yang

dilakukan oleh ahli media videografi. Validasi awal telah dilakukan kepada Perbekel Desa Ambengan dan Sekretaris BUMDES. Dari hasil peninjauan pertama, memberikan hasil bahwa video dapat dilanjutkan ke pengembangan selanjutnya. Validasi awal meliputi kesesuaian konsep video dengan progres intro pada video. Adapun dokumentasi validasi tahap awal dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Validasi Video Tahap Awal

7. Distribusi

Pada tahap ini, konten video di didistribusikan melalui kanal youtube dan sosial media milik visitambengan. Kemudian link tersebut dibagikan kembali oleh masing-masing pokdarwis. Harapan dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan *engagement* pada sosial media facebook visitambengan. Berikut pada gambar 8 dapat dilihat cuplikan video pada bagian prolog.



Gambar 8. Cuplikan video bagian prolog

SIMPULAN

Keterlibatan Pemerintah Desa Ambengan, dalam hal ini oleh BUMDES yang gencar melakukan kordinasi, pendampingan,

dan pengelolaan desintasi wisata, hingga perbaikan aksesibilitas menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata di Desa Ambengan telah dilakukan dengan baik. Pembukaan kegiatan wisata dalam masa pandemi juga telah disiapkan, dimana seluruh destinasi wisata yang ada di Desa Ambengan telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Penerapan protokol kesehatan mulai dari penyediaan fasilitas cuci tangan, hand sanitizer, masker, dan penggunaan masker pada seluruh petugas pelayanan. Pengajuan sertifikat CHSE juga telah diupayakan untuk menunjukkan bahwa Desa Ambengan sangat serius dalam menerapkan protokol kesehatan dalam melayani wisatawan. Oleh karena itu, pemerintah Desa sangat mengapresiasi dan serius terlibat dalam mengkonsep dan terlibat dalam pengembangan Video Sinematik Infografis Wisata Desa Ambengan. Sehingga video wisata dapat diselesaikan dan digunakan oleh Desa Ambengan sebagai salah satu media promosi. Video tersebut dapat memberikan informasi mengenai keunikan obyek wisata dan penerapan protokol kesehatan dalam melayani wisatawan. Lebih dari itu, dengan viralnya video yang dibuat tentu dapat meningkatkan branding wisata Desa Ambengan serta menaikkan kunjungan wisatawan dalam masa pandemi.

DAFTAR RUJUKAN

- Guerrero-Rodríguez, R., Stepchenkova, S., & Kirilenko, A. (2020). Experimental investigation of the impact of a destination promotional video with physiological and self-reported measures. *Tourism Management Perspectives*, 33(September 2019), 100625. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100625>
- Meiji, N. H. P., Fahmi, R. T., Purwasih, J. H. G., & Widiyanto, A. A. (2021). Pengembangan Aspek Pariwisata Sumberejo Melalui Pembuatan Dan Pelatihan Video Profil. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 4(1), 30–35.
- Moin, S. M. A., Hosany, S., & O'Brien, J.

- (2020). Storytelling in destination brands' promotional videos. *Tourism Management Perspectives*, 34(July 2019), 100639. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100639>
- 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>
- Seputra, K. A., Marti, N. W., Setemen, K., & ... (2020). Pengembangan Website Visitambengan. Com Sebagai Sebuah Branding Pariwisata Desa Ambengan. *Proceeding Retrieved from <https://lppm.undiksha.ac.id/senadimas2020/assets/ProsidingSenadimas2020/file/91.pdf>*
- Thomas, D. G., Sompie, S. R. U. A., & Sugiarto, B. A. (2018). Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken. *Jurnal Teknik Informatika*, 13(1), 14–22. <https://doi.org/10.35793/jti.13.1.2018.20188>
- Wiratna, H., & Lakoro, R. (2017). Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik Infografis. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.27892>