

## PENGENALAN POTENSI WISATA DAN POTENSI UNGGULAN DESA TELUK MELALUI PEMBUATAN VIDEO PROFIL DESA

Vadilla Mutia Zahara

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl Raya Jakarta Km 4 Pakupatan Serang, Banten, Indonesia  
vadillamutia@untirta.ac.id

### ABSTRACT

*Teluk village, which is comprised mostly of pandeglang Regency of Banten, is full of tourist potential and plenty of potential fishing sectors. But that potential is still largely unknown to the general public. In order for that potential to grow and increase market-value or value-added so as to impact community and local economies, it is vital that an area promote its territory. One of the efforts was to create a village profile video that was uploaded on some social media like youtube. Teluk village profile video is an outlet for the implementation of the thematic untirta group 82 KKM, made with the purpose of introducing the presence and potential of the gulf village, using a virtual ethnographic approach where this method is used to look at social media phenomenon, and it uses qualitative data analysis methods to draw conclusions from observations, interviews, surveys, field observations, Which is used in promoting and introducing Teluk village potential with a pre-production/production/post video-production. Of the 30 respondents and communities who watch village profiles, there is a positive response from the user or people who watch these profiles include some positive comments and expressions of people's desire to get to know and visit Teluk village, and there are several regional improvement recommendations and hopes for developing infrastructure, development and governance from various aspects of Teluk village, It is hoped that the video will enable Teluk village to unveil and increase the added value of tourist potential and a preening potential for Teluk Labuan Village.*

**Keywords:** *Potential Tourism; Potential Sector; Village Profile Video; Teluk Village.*

### ABSTRAK

Desa teluk yang berada di Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang Banten yang sebagian besar adalah pantai memiliki potensi wisata serta sektor unggulan perikanan yang cukup potensial. Akan tetapi potensi tersebut belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Agar potensi tersebut dapat berkembang dan meningkatkan nilai jual atau nilai tambah sehingga berdampak pula pada perekonomian masyarakat dan perekonomian daerah, maka sangat penting bagi suatu daerah untuk mempromosikan daerahnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan membuat video profil desa yang di unggah di beberapa media sosial seperti *youtube*. Video profil Desa Teluk merupakan luaran dari pelaksanaan KKM Tematik Untirta kelompok 82, dibuat dengan tujuan mengenalkan keberadaan dan potensi Desa Teluk, dengan menggunakan pendekatan *etnografi virtual* dimana metode ini digunakan untuk melihat fenomena masyarakat di media sosial, selain itu menggunakan metode analisis data yang diambil secara kualitatif dengan mengambil kesimpulan dari data-data observasi, wawancara, *survey*, pengamatan lapangan secara langsung, yang digunakan dalam mempromosikan dan memperkenalkan potensi Desa Teluk dengan tahapan pelaksanaan/pembuatan video pra-produksi, produksi dan pasca – produksi. Dari 30 responden serta masyarakat yang menonton video profil desa, didapatkan respon positif dari pengguna atau masyarakat yang menonton video profil tersebut antara lain beberapa komentar positif dan ungkapan keinginan masyarakat untuk mengenal dan berkunjung ke Desa Teluk, serta dihasilkan beberapa rekomendasi perbaikan daerah dan harapan akan kemajuan Desa Teluk, seperti perbaikan infrastruktur, pengembangan serta tata kelola dari berbagai aspek yang ada di Desa Teluk, diharapkan dengan adanya video tersebut dapat mengenalkan daerah Desa Teluk dan meningkatkan nilai tambah dari potensi wisata dan potensi unggulan Desa Teluk Labuan.

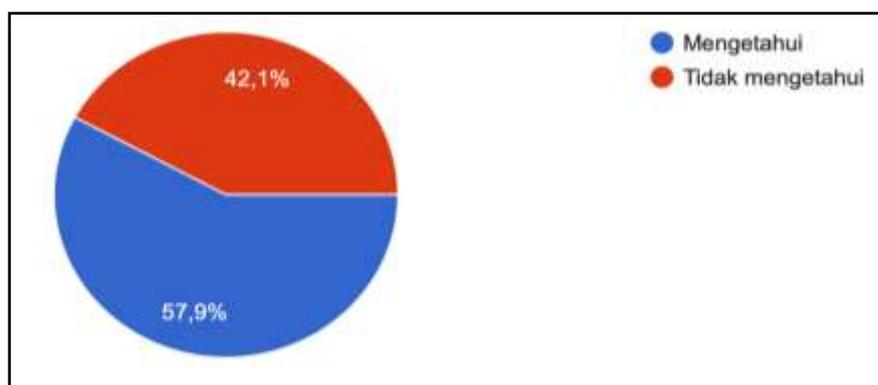
**Kata Kunci :** Potensi Wisata; Potensi Unggulan Daerah; Video Profil Desa, Desa Teluk.

## PENDAHULUAN

Desa Teluk berada di kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang yang berjarak sekitar 41 Km dari Kabupaten Pandeglang dengan luas wilayah 0,97 km<sup>2</sup>, dimana letak geografisnya sebagian besar adalah pantai dengan jumlah kampung sebanyak 16 kampung yang berpenduduk sejumlah 12.003 jiwa (BPS, 2020). Berdasarkan data Kecamatan Labuan dalam Angka 2020 mencatat, jumlah unit usaha yang terdapat di Desa Teluk sebanyak 57 unit usaha yang diantaranya merupakan usaha perikanan, nelayan, serta usaha lainnya seperti makanan dan minuman, serta industri pengolahan. (BPS, 2020).

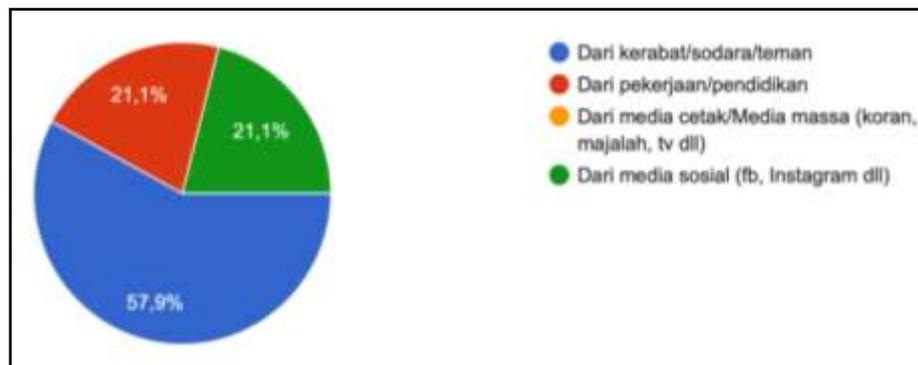
Menilik potensi sumberdaya perikanan laut yang dimiliki daerah ini terlihat masih sangat terbuka untuk dikembangkan. Pengembangan tersebut dapat dilakukan secara intensifikasi dan ekstensifikasi (pengembangan) produksi, mengingat Kabupaten Pandeglang memiliki panjang pantai 307 km yang membentang sepanjang pesisir Barat dan Selatan Kabupaten Pandeglang sampai perbatasan Kecamatan Malingping (Kabupaten Lebak). (Istiana, 2014). Selain memiliki potensi perikanan, potensi pariwisata-pun mulai dikenal, seperti wisata pantai, wisata kuliner Batako Teluk dan wisata lainnya. Bahkan Pemerintah Kabupaten melalui Dinas Pariwisata Pandeglang menjadikan Desa Teluk sebagai Kampung Otak-otak, hal ini dilakukan karena potensi perikanan yang baik serta industri olahan ikan yang banyak dibuat oleh masyarakat Desa Teluk.

Akan tetapi potensi-potensi tersebut baru dikenal luas di masyarakat sekitar wilayah Kabupaten Pandeglang, belum cukup dikenal terutama di luar daerah Pandeglang, bahkan di luar Banten. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan kepada 30 responden yang telah kami lakukan pada tanggal 14 Agustus 2021, menunjukkan bahwa 57,9% responden mengetahui lokasi keberadaan Desa Teluk Labuan, dan 42,1% ternyata belum mengetahui keberadaan atau lokasi Desa Teluk.



**Gambar 1. Hasil Survei Pengetahuan Masyarakat Terkait Lokasi Desa Teluk**

Masyarakat yang mengetahui keberadaan lokasi Desa Teluk biasanya adalah masyarakat yang memiliki kerabat yang berdomisili di Desa Teluk. Berdasarkan hasil survey, rata-rata sebanyak 57% responden mengetahui keberadaan Desa teluk dari kerabat atau saudara yang tinggal disana, sisanya 21,1% responden mengetahui Desa Teluk dari Pekerjaan atau dari pendidikan serta dari 21,1% nya mengetahui melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan lain-lain.



**Gambar 2. Hasil Survei Sumber Pengetahuan Masyarakat Terkait Lokasi**

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa masyarakat pada umumnya tidak mengetahui keberadaan Desa Teluk Labuan, maka dari itu perlu kiranya untuk dapat lebih memperkenalkan Desa Teluk kepada masyarakat luas agar mengetahui potensi desa seperti potensi unggulan perikanan serta potensi pariwisata yang ada di daerah tersebut. Salah satu peluang untuk mengenalkan potensi daerah adalah melalui media sosial, berdasarkan data survey, hanya 21,1% yang mengetahui keberadaan Desa Teluk dari media sosial. Perlu adanya pengembangan, serta inovasi untuk bisa mempromosikan suatu daerah. Seluruh rangkaian perkembangan dan perubahan dari revolusi ini berfokus pada satu kunci, yaitu pemanfaatan kekuatan digitalisasi atas informasi, atau biasa diistilahkan sebagai *internet of things* (IoTs) (Fahrudin et al., 2020). Pemanfaatan internet sangat berpengaruh pada berbagai aspek terutama ekonomi digital, Penggunaan ekonomi digital semakin berkembang seiring penggunaan teknologi informasi dan komunikasi antar masyarakat. Dampak global teknologi informasi tidak hanya pada internet tapi juga bidang ekonomi. (Ramdanyah et al., 2021)

Ekonomi digital saat ini berkembang dengan memanfaatkan media sosial, salah satu bentuk pemanfaatan media sosial yang optimal dengan unsur kebaharuan dari sisi kemampuan pada setiap *platformnya*, adalah dengan memasukkan konten video sebagai alternatif yang bisa dilakukan dalam berpromosi daerah wisata (Hakim, 2018). Salah satu yang menjadi fungsi media sosial dewasa ini adalah kegiatan promosi tempat wisata melalui video promosi. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk penyebaran informasi mengenai tempat wisata baru untuk

menarik minat para wisatawan terhadap suatu daerah wisata melalui tayangan video yang menampilkan visual yang atraktif dan informatif. (Noor, 2018). Video promosi memiliki beberapa kelebihan dibanding media promosi konvensional lainnya, yakni memiliki daya jangkauan yang luas, menampilkan realita objek, dan dapat diaplikasikan di berbagai macam media digital, seperti televisi, Youtube, website travel, media sosial, dan sebagainya. Dalam penerapannya, video promosi sering di gunakan sebagai media untuk memperkenalkan atau mengingatkan kembali informasi mengenai suatu produk, jasa, acara, maupun sebuah destinasi. (Kurniawan & Wahyurini, 2016), karena terkadang masyarakat lupa dengan nama tempat yang akan dicari, maka pelaku bagi suatu daerah mempromosikan atau mengenalkan daerahnya pada mesin pencari maupun media sosial (Zahara et al., 2020).

Dari permasalahan tersebut, perlu kiranya untuk Desa Teluk diperkenalkan lebih luas melalui media sosial dengan dibuatnya dokumentasi berupa video profil yang diunggah melalui kanal youtube, agar potensi unggulan daerah dan potensi wisata diketahui oleh masyarakat sekitar kabupaten Pandeglang khususnya, dan Masyarakat Banten bahkan di luar Banten pada umumnya.

## **METODE**

Pelaksanaan serta penulisan hasil pengabdian ini menggunakan metode pendekatan etnografi virtual, dimana metode ini digunakan dalam rangka memotret fenomena masyarakat dalam wilayah dunia maya (Rulli Nasrullah, 2017), yang mana dalam konteks ini adalah *netizen* yang berinteraksi dalam kolom komentar *YouTube*. Jorgen Skageby dalam Daniel menjelaskan etnografi virtual merupakan metode yang digunakan secara kualitatif untuk memahami peristiwa pada komunitas virtual. Dengan menggunakan observasi dan wawancara secara online. Metode etnografi virtual menurut Jorgen memamparkan tentang kebiasaan komunitas yang lebih spesifik dengan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi (Daniel, 2011). Selain itu digunakan juga metode analisis data yang diambil secara kualitatif dengan mengambil kesimpulan dari data-data observasi, wawancara, *survey*, pengamatan lapangan secara langsung, yang digunakan dalam mempromosikan dan memperkenalkan potensi Desa Teluk. Pengenalan potensi pariwisata dan potensi unggulan Desa Teluk dilakukan dengan beberapa tahapan diantaranya pra produksi, produksi dan pasca produksi.

**Tabel 1. Tahapan Kegiatan dan Indikator Keberhasilan**

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Indikator Keberhasilan
1	Pra Produksi	Dilakukan observasi di daerah Desa Teluk dengan melihat daerah mana saja yang dapat dijadikan objek wisata dan sektor unggulan daerah, mengidentifikasi permasalahan yang terjadi, serta rencana dan konsep pembuatan video.	Ditetapkannya objek pengambilan video, adanya sample foto sementara. Ditetapkannya konsep, konten, <i>storyline</i> , <i>storyboard</i> dan narasi untuk video.
2	Produksi	Mengambil sample gambar, serta melakukan pengambilan video di beberapa tempat yang dijadikan objek wisata dan sektor unggulan daerah, setelah itu sample gambar dan video yang ada, di edit untuk dapat di upload di kanal youtube	Video yang sudah diedit dan siap diunggah di kanal <i>youtube</i> dan media sosial lainnya.
3	Pasca Produksi	Video yang sudah di edit, lalu dishare di kanal youtube dan beberapa media sosial lainnya. Setelah itu pengguna/masyarakat yang menonton akan diberikan kuisioner penilaian hasil kebermanfaatan video profil desa.	Respon positif dari pengguna/ masyarakat yang menonton video profil desa, respon yang di dapat berupa <i>like</i> pada video dan tanggapan positif dari kuisioner yang telah diisi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Video ini dibuat sebagai inisiasi dan output dari kegiatan KKM Tematik Untirta 2021 kelompok 82, karena melihat belum tersedianya media promosi untuk mengenalkan wilayah desa. Berdasarkan metode dan tahapan yang dilakukan, maka dihasilkanlah sebuah video profil desa yang menggambarkan potensi Desa Teluk Labuan. Dalam video tersebut menampilkan bagaimana perjalanan dari Kota Serang menuju Desa Teluk Labuan Pandeglang, dengan transportasi motor, atau mobil serta menjelaskan berapa biaya transportasi menuju ke Desa teluk jika menggunakan kendaraan umum.



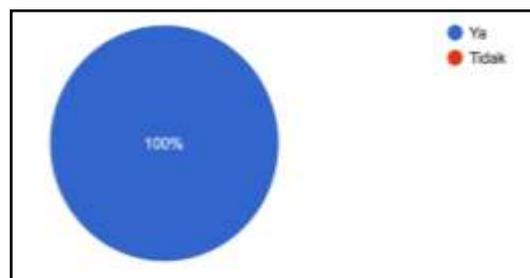
**Gambar 3. Hasil Video Profil Desa Teluk di Youtube**

Selain itu dijelaskan pula terkait daerah sekitar Desa Teluk dengan menampilkan beberapa gambaran kondisi Desa sekitar yang sebagian besar merupakan wilayah pantai dengan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai nelayan. Dijelaskan pula terkait kondisi ekonomi masyarakat, BUMDES, potensi sektor unggulan yaitu perikanan dengan menjelaskan berapa tingkat produksi ikan di Desa Teluk. Dalam video tersebut juga, narator menceritakan mengenai beberapa potensi wisata seperti wisata pantai, wisata kuliner jajanan tradisional, kuliner *seafood* yang melimpah dan wisata kebudayaan berupa ruwatan dan pesta panen yang diadakan rutin di Desa Teluk, hasil video dapat dilihat pada link youtube berikut, <https://youtu.be/SJPucQG2yQ>.

Keberhasilan pelaksanaan pengenalan potensi wisata dan potensi unggulan Desa Teluk melalui video profil desa dilihat dari beberapa tolok ukur sebagai berikut:

a. Respon Positif dari Pengguna/ Penonton

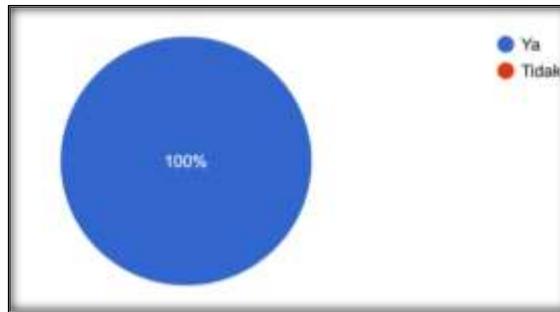
Adanya respon serta umpan balik yang positif dari pengguna/ masyarakat yang menonton video profil desa, dengan melihat kebermanfaatan video profil desa, isi dalam video yang cukup menjelaskan potensi Desa Teluk dan ketertarikan untuk mengetahui desa teluk lebih dalam, yang ditunjukkan pada bagan-bagan berikut ini:



**Gambar 4. Kebermanfaatan Video**

b. Adanya Keinginan Pengguna/ Penonton Untuk Berkunjung Ke Desa Teluk

Hasil dari survei yang dilakukan pasca pengguna/penonton melihat video profil desa teluk menunjukkan adanya keinginan masyarakat untuk berkunjung ke desa teluk yang dapat dilihat dari gambar



**Gambar 5. Minat Pengguna untuk mengunjungi Desa Teluk**

Hasil Survei yang dilakukan pada 30 Responden dari luar Desa Teluk bahkan luar Banten menunjukkan nilai 100%, artinya ada keinginan untuk masyarakat dapat berkunjung ke Desa Teluk, dan apa yang membuat masyarakat tertarik akan Desa Teluk, diantaranya masyarakat ingin mencoba wisata kuliner mencicipi makanan khas yang ada di sana, masyarakat juga menginginkan mengikuti ruwatan atau pesta laut yang diselenggarakan secara rutin di Desa Teluk serta ingin menikmati suasana alamnya terutama pantai.

c. Rekomendasi

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pasca pengguna/penonton melihat video profil desa teluk, maka rekomendasi atau saran terkait perbaikan daerah desa teluk adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Rekomendasi**

No	Aspek	Permasalahan dan Rekomendasi
1	Aspek Infrastruktur	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perlu diperhatikan lagi dari aspek lingkungan, peran serta masyarakat dan pemerintah daerah dalam menjaga kebersihan terutama sampah yang masih belum dikelola dengan baik.</li><li>2. Akses jalan yang rusak menjadi penghambat bagi masyarakat/ wisatawan untuk datang berkunjung ke Desa Teluk.</li><li>3. Perlu adanya perbaikan saran dan prasarana terutama untuk para nelayan.</li><li>4. Perlu adanya akses transportasi yang memudahkan untuk berkunjung ke Desa Teluk.</li></ol>
2	Aspek Teknologi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Akses teknologi seperti sinyal masih sangat terbatas.</li><li>2. Masyarakat di desa teluk belum sepenuhnya dapat menjangkau teknologi yang ada.</li></ol>
3	Aspek Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perlunya pengoptimalan potensi yang ada terutama di Desa Teluk Naga, agar perekonomian warga semakin meningkat.</li><li>2. Perlu pengoptimalan BUMDES terutama terkait pengelolaan hasil laut</li><li>3. Pengoptimalan pariwisata, terutama terkait pantai dan potensi kuliner <i>seafood</i> agar dapat meningkatkan perekonomian daerah</li></ol>

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengenalan potensi wisata dan potensi unggulan desa teluk labuan melalui video profil desa adalah sebagai berikut:

1. Dengan dibuatnya video profil desa, potensi pariwisata dan potensi unggulan daerah desa semakin dikenal oleh masyarakat luas
2. Dengan adanya video profil desa, masyarakat diluar desa teluk bahkan diluar provinsi Banten, tertarik untuk mengunjungi desa teluk dan mengetahui lebih dalam terkait potensi pariwisata serta potensi unggulan daerah seperti sektor perikanan.
3. Dari hasil respon masyarakat yang melihat video, adanya beberapa rekomendasi perbaikan daerah dan harapan akan kemajuan Desa Teluk, seperti perbaikan infrastruktur, pengembangan serta tata kelola dari berbagai aspek yang ada di Desa Teluk.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada:

1. LPPM Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah mendukung pelaksanaan KKM tematik 2021.
2. Anggota KKM Tematik UNTIRTA Kelompok 82 Desa Teluk Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang (Itmamul Wafa Sidiq, Tilmidah Fauziah, Melin Fitriani, Ikhsan Habib Ramadhan,

Kartika Rahma Shopia, Isti Mufarikah, Sondang Natalia Situmenang, Lia Mulianingsih)

3. Seluruh Masyarakat Desa Teluk Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang Banten

**DAFTAR RUJUKAN**

- BPS. (2020). *Kecamatan Labuan Dalam Angka 2020*.
- Daniel, B. K. (2011). *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena* (p. 984). Information Science Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-60960-040-2>
- Fahrudin, A., Karlinah, S., & Agustin, H. (2020). Efektivitas Video Youtube “Wonderful Indonesia: a Visual Journey” Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Indonesia. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 11–24. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2492>
- Hakim, I. N. (2018). Tourism Go Live ! ( Pemanfaatan Konten Live Streaming Video Dalam Mempromosikan Event Pariwisata Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Papers Pariwisata Dalam Gelombang Revolusi Digital 4.0, October 2018*, 8–20. [www.researchgate.net/publication/330184185](http://www.researchgate.net/publication/330184185)
- Istiana, I. (2014). Akses Perempuan Nelayan Dalam Kegiatan Produktif (Studi Kasus Di Desa Teluk, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Banten). *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.15578/marina.v9i1.205>
- Kurniawan, H., & Wahyurini, D. (2016). Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar. *Sains Dan Seni ITS*, 5(2), 221–226.
- Noor, M. F. (2018). *Penggunaan Video Promosi Wisata Via YouTube untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Banjarbaru*. 1(1), 1–10.
- Ramdansyah, A. D., Suci, S. C., & Zahara, V. M. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Pusat Inkubator Wirausaha Dan Klinik Umkm Kota Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 2(1), 53–59. <https://doi.org/10.22219/janayu.v2i1.12367>
- Rulli Nasrullah. (2017). *Etnografi Virtual. Riset Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi di Internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Zahara, V. M., Sanusi, F., & Suci, S. C. (2020). Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Produk Lokal Kota Cilegon. *Janayu*, 1(2), 168–177. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12385>