

Pembuatan Video Profil sebagai Strategi Pengembangan Informasi dan Branding Desa Cisampih

Muhammad Rifki Adinur Zein¹, Toto Sugito², Nadia Febriani³

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

¹rifki@unpad.ac.id

Received: 30 November 2024; Revised: 22 Desember 2024; Accepted: 15 Maret 2025

Abstract

This community service program aimed to produce a video profile for Cisampih Village as a strategy to develop information dissemination and village branding. The program involved local youth or community groups in the production process to increase local participation. The activities consisted of location surveys, pre-production, production, and post-production stages. The seven-minute video profile highlighted the village's potentials, including palm sugar agriculture, the natural beauty of Mount Jagat, and local cultural richness, presented through an appealing cinematic approach. The evaluation results indicated that the video successfully met the village's promotional needs and had a positive impact on branding and local economic development. Additionally, this activity enhanced the community's capacity to independently manage digital media. Challenges faced included limited production tools and time constraints. Thus, further training and technology investment are recommended for program sustainability. This program successfully introduced Cisampih Village as an innovative and competitive village through digital technology utilization.

Keywords: *video profile; village branding; community service; digital technology*

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memproduksi video profil Desa Cisampih sebagai strategi pengembangan informasi dan branding desa. Program ini dilaksanakan dengan melibatkan pemuda desa atau karang taruna dalam proses produksi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat lokal. Kegiatan ini terdiri atas tahapan survei lokasi, pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Video profil berdurasi tujuh menit yang dihasilkan menampilkan potensi desa, termasuk agrikultur gula aren, keindahan alam Gunung Jagat, dan kekayaan budaya lokal, dengan pendekatan sinematik yang menarik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa video ini berhasil memenuhi kebutuhan promosi desa dan memberikan dampak positif terhadap branding serta pengembangan ekonomi lokal. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola media digital secara mandiri. Namun, kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan alat produksi dan waktu pelaksanaan. Oleh karena itu, disarankan adanya pelatihan lanjutan dan investasi teknologi untuk keberlanjutan program. Program ini telah berhasil memperkenalkan Desa Cisampih sebagai desa yang inovatif dan berdaya saing melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kata Kunci: video profil; branding desa; pengabdian masyarakat; teknologi digital

A. PENDAHULUAN

Desa Cisampih terletak di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, dengan luas wilayah sekitar 889 hektar yang mencakup tiga dusun: Cisampih, Ciawi, dan Cibuyung. Desa ini memiliki potensi alam, budaya, dan sumber daya manusia yang sangat kaya. Salah satu ikon utama desa adalah produksi gula aren yang berasal dari pohon aren liar, sebuah keunggulan yang belum banyak dieksplorasi untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal. Selain itu, Desa Cisampih juga memiliki keindahan alam seperti Gunung Jagat dan situs-situs bersejarah yang berpotensi menjadi daya tarik wisata. Namun, pengelolaan dan promosi potensi desa ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama kurangnya strategi komunikasi modern yang mampu menjangkau khalayak luas secara efektif.

Di era digital, media informasi seperti video profil telah menjadi alat penting untuk mendukung pengembangan desa. Video profil mampu menghadirkan narasi visual yang menarik dan informatif, yang tidak hanya mempromosikan potensi lokal tetapi juga menciptakan identitas unik desa. Sebuah studi menunjukkan bahwa video dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan branding dan menarik perhatian audiens secara lebih luas (Junining et al., 2021). Desa Cisampih memerlukan pendekatan serupa untuk mendokumentasikan potensi lokalnya, mengatasi tantangan komunikasi, dan mengintegrasikan strategi branding berbasis teknologi digital.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Desa Cisampih terletak pada minimnya konten digital yang representatif. Meskipun memiliki potensi luar biasa di sektor agrikultur, pariwisata, dan budaya, desa ini masih belum dikenal secara luas di luar wilayahnya. Kesenjangan ini disebabkan oleh kurangnya sarana promosi yang memadai dan rendahnya tingkat pemahaman masyarakat tentang pentingnya strategi branding berbasis teknologi (Slamet et al., 2020). Pendekatan tradisional dalam promosi, seperti penggunaan brosur cetak atau poster, tidak lagi cukup untuk menarik perhatian generasi digital saat ini yang

lebih terbiasa dengan konten visual berbasis internet.

Program pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan video profil Desa Cisampih sebagai solusi atas permasalahan tersebut. Video profil yang dirancang mencakup berbagai aspek utama desa, mulai dari sejarah, potensi alam dan budaya, hingga kehidupan sosial masyarakat. Video ini tidak hanya akan digunakan untuk promosi melalui situs web desa, tetapi juga sebagai materi edukasi untuk masyarakat lokal. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa video profil yang dikemas dengan narasi modern dan inklusif mampu meningkatkan daya tarik desa dan menghasilkan dampak ekonomi yang positif (Haryanto, 2020). Dengan demikian, video profil ini diharapkan dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat citra dan identitas Desa Cisampih.

Kegiatan ini juga melibatkan masyarakat lokal secara langsung dalam proses produksi video. Partisipasi aktif warga desa bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya media digital dalam pengembangan desa. Pelibatan ini diharapkan dapat menciptakan rasa memiliki terhadap hasil akhir video serta meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi. Sebagaimana ditegaskan dalam studi, pelibatan masyarakat lokal dalam kegiatan berbasis teknologi mampu memperkuat daya saing desa dan membangun komunitas yang lebih mandiri dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Firmansyah et al., 2023).

Adapun target luaran utama dari program ini adalah video profil Desa Cisampih yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing di tingkat regional maupun nasional. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang, seperti peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan permintaan terhadap produk unggulan desa, dan penciptaan peluang ekonomi baru. Dengan demikian, pembuatan video profil ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga sebagai langkah

Pembuatan Video Profil sebagai Strategi Pengembangan Informasi dan Branding Desa Cisampih

Muhammad Rifki Adinur Zein, Toto Sugito, Nadia Febriani

strategis dalam pengembangan desa yang berkelanjutan (Ayu Oktarina et al., 2023).

Melalui program ini, diharapkan Desa Cisampih dapat menjadi contoh sukses pengembangan desa berbasis teknologi digital. Proyek ini juga sejalan dengan visi pembangunan nasional yang menekankan pada pemberdayaan desa sebagai pusat inovasi dan pengembangan lokal. Desa Cisampih, dengan segala potensi dan keunikannya, memiliki peluang besar untuk menjadi ikon pembangunan desa yang modern dan berdaya saing tinggi.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Program pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memproduksi video profil Desa Cisampih sebagai media promosi dan branding desa. Kegiatan melibatkan karang taruna setempat dalam tahap produksi di lapangan guna meningkatkan partisipasi masyarakat lokal. Pelaksanaan kegiatan terbagi dalam beberapa tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang keseluruhannya berlangsung selama lima bulan dari Juni hingga November 2024.

Pra Produksi

Survei dilakukan pada 27 Juni 2024 di Desa Cisampih dengan didampingi oleh pemuda desa atau karang taruna setempat. Tahap ini bertujuan untuk mengenal medan, mengidentifikasi lokasi strategis untuk pengambilan gambar, serta mendokumentasikan potensi unggulan desa seperti area perkebunan aren, situs budaya Gunung Jagat, dan kehidupan sehari-hari masyarakat. Survei juga menjadi kesempatan untuk menjalin komunikasi awal dengan masyarakat desa sebagai bentuk partisipasi awal.

Pada 28 Juni hingga 20 Agustus 2024, tim menyusun konsep video, membuat storyboard, dan mempersiapkan perlengkapan produksi seperti kamera, tripod, dan drone. Naskah video disusun berdasarkan data yang diperoleh selama survei, dengan fokus pada keunggulan desa seperti gula aren, keindahan alam, dan nilai budaya lokal. Selain itu, jadwal

produksi disusun secara rinci untuk memastikan efisiensi pelaksanaan.

Produksi

Tahap produksi berlangsung dari 21 Agustus hingga 2 September 2024. Karang taruna setempat dilibatkan dalam proses pengambilan gambar di lokasi-lokasi yang telah ditentukan sebelumnya. Mereka bertugas membantu tim produksi dalam mengatur lokasi, mengarahkan figur masyarakat yang tampil dalam video, dan memastikan kelancaran teknis selama proses perekaman. Pengambilan gambar dilakukan dengan pendekatan sinematik untuk menonjolkan keindahan dan keunikan desa.

Pasca Produksi

Pasca-produksi berlangsung dari 12 Oktober hingga 30 Oktober 2024, yang mencakup penyuntingan video, penambahan efek visual, narasi suara, dan musik latar. Tahap ini bertujuan untuk menyempurnakan materi video menjadi produk akhir yang menarik dan informatif. Hasil akhir berupa video berdurasi 5-7 menit yang merepresentasikan Desa Cisampih sebagai desa dengan potensi alam, budaya, dan produk unggulan yang kompetitif.

Evaluasi

Pada 21 November 2024, video profil dipresentasikan kepada perangkat desa dan tokoh masyarakat dalam sesi screening bersama di Kecamatan Jatigede. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana video profil memenuhi kebutuhan promosi desa dan masukan dari masyarakat digunakan sebagai dasar untuk revisi atau pengembangan video di masa mendatang.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode partisipatoris, di mana masyarakat desa, khususnya pemuda atau karang taruna, terlibat aktif dalam proses produksi. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun rasa memiliki terhadap hasil video dan meningkatkan kapasitas mereka dalam memahami pentingnya media digital sebagai alat promosi. Selain itu, pendekatan kolaboratif antara tim pelaksana dan masyarakat lokal memastikan hasil yang relevan dengan kebutuhan desa.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan video profil Desa Cisampih sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat berhasil dilaksanakan dengan melibatkan pemuda desa atau karang taruna dalam proses produksi di lapangan. Video profil yang dihasilkan berdurasi tujuh menit, menampilkan narasi visual yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan potensi desa.



Gambar 1. Diskusi Saat Melakukan Survei Lokasi

Konten video ini mencakup potensi agrikultur seperti gula aren, keindahan alam Gunung Jagat, dan kekayaan budaya lokal, serta wawancara dengan tokoh masyarakat. Proses pembuatan video melibatkan pemuda desa yang berperan dalam mengatur lokasi pengambilan gambar, membantu teknis produksi, dan mengoordinasikan partisipasi masyarakat setempat.



Gambar 2. Proses Produksi di Desa Cisampih Bersama Tim dan Karang Taruna

Keterlibatan mereka tidak hanya meningkatkan rasa memiliki terhadap hasil video tetapi juga memberikan pengalaman yang berharga dalam bidang produksi media digital. Pendekatan partisipatif seperti ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat lokal sekaligus memastikan keberlanjutan dalam pengelolaan media

promosi berbasis digital (Rahmawati & Purwohandoyo, 2019).

Hasil utama dari kegiatan ini adalah video profil yang disajikan melalui narasi yang terstruktur. Salah satu bagian video menonjolkan proses pembuatan gula aren secara tradisional, menampilkan aktivitas masyarakat dalam mengolah aren menjadi produk unggulan desa. Selain itu, elemen keindahan alam seperti pemandangan Gunung Jagat dan kehidupan sosial masyarakat ditampilkan dengan pengambilan gambar sinematik untuk menarik perhatian audiens.



Gambar 3. Hasil Video Profil Desa Cisampih

Kepala desa menyatakan kepuasannya terhadap hasil video dalam wawancara yang dilakukan pada tahap evaluasi. Dalam keterangannya, ia menyampaikan, “Video ini berhasil merepresentasikan desa kami dengan sangat baik. Semua aspek unggulan desa ditampilkan secara menarik dan informatif. Saya yakin video ini akan sangat membantu dalam memperkenalkan Desa Cisampih ke audiens yang lebih luas.” Pernyataan ini menggambarkan bahwa video profil yang dihasilkan telah memenuhi harapan sebagai alat promosi yang efektif.

Wawancara dengan kepala desa juga mengungkapkan bahwa video ini memberikan harapan besar dalam mendukung pengembangan desa, khususnya di sektor pariwisata dan pemasaran produk lokal. Menurut kepala desa, video ini dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan, seperti pameran desa atau promosi daring, untuk menarik perhatian wisatawan dan mitra potensial yang dapat mendukung penguatan ekonomi desa. Penilaian positif dari perangkat desa ini semakin menegaskan pentingnya

Pembuatan Video Profil sebagai Strategi Pengembangan Informasi dan Branding Desa Cisampih

Muhammad Rifki Adinur Zein, Toto Sugito, Nadia Febriani

media digital sebagai alat branding, yang sebelumnya juga dijelaskan dalam penelitian bahwa video profil memiliki kemampuan untuk meningkatkan persepsi positif audiens terhadap potensi lokal (Nugraini, 2018).



Gambar 4. Pemutaran Video dan Evaluasi antara Tim dengan Perwakilan Desa Cisampih

Manfaat utama dari pembuatan video ini tidak hanya terbatas pada hasil visualnya tetapi juga pada proses pelaksanaannya yang melibatkan masyarakat lokal. Keterlibatan pemuda desa dalam proses produksi memberikan dampak positif terhadap kesadaran mereka akan pentingnya media digital sebagai alat promosi dan branding. Pendekatan kolaboratif seperti ini efektif dalam membangun kapasitas lokal dan menciptakan keberlanjutan dalam pengelolaan media promosi. Dengan keterampilan yang mereka peroleh selama kegiatan ini, pemuda desa memiliki potensi untuk melanjutkan pengelolaan media promosi desa secara mandiri di masa depan (Haryanto, 2020). Selain itu, video ini juga memberikan kontribusi langsung terhadap pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan eksposur produk unggulan seperti gula aren. Dengan menampilkan proses produksi gula aren dalam video, Desa Cisampih memiliki peluang untuk meningkatkan daya tarik produknya di pasar yang lebih luas. Hal ini menegaskan bahwa media digital memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan ekonomi berbasis komunitas (Nugroho, 2022).

Namun, beberapa kendala yang dihadapi selama kegiatan ini perlu menjadi perhatian untuk pelaksanaan serupa di masa mendatang. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan alat produksi, termasuk kamera dan perangkat lunak pengeditan, yang berdampak pada efisiensi dan kualitas hasil akhir. Pentingnya

investasi dalam teknologi untuk meningkatkan kualitas hasil proyek berbasis media juga telah disoroti dalam penelitian sebelumnya, yang menekankan bahwa dukungan alat yang memadai dapat membantu mengatasi tantangan teknis tersebut (Lubis et al., 2020). Selain itu, waktu pelaksanaan yang terbatas menjadi tantangan lain yang membutuhkan perencanaan lebih matang di masa depan. Untuk memastikan keberlanjutan, pelatihan tambahan bagi pemuda desa dalam hal penyuntingan video dan pemasaran media digital dapat menjadi salah satu strategi yang efektif.

Secara keseluruhan, program ini telah mencapai tujuan utamanya dalam menghasilkan video profil berkualitas yang mampu mempromosikan potensi Desa Cisampih. Hasil ini tidak hanya memberikan alat promosi yang efektif, tetapi juga menciptakan dampak sosial berupa peningkatan kapasitas masyarakat lokal dalam pengelolaan media. Dengan pendekatan kolaboratif dan berbasis partisipasi, kegiatan ini berhasil menciptakan sinergi antara tim pelaksana, perangkat desa, dan masyarakat. Kesuksesan ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi program serupa di desa lain, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan wilayah. Selain itu, keberhasilan kegiatan ini memberikan bukti bahwa media digital dapat menjadi elemen penting dalam strategi pembangunan desa yang berkelanjutan. Dengan hasil berupa video profil yang mencakup elemen-elemen unggulan desa, Desa Cisampih kini memiliki peluang besar untuk meningkatkan kunjungan wisata, memperluas pasar produk unggulan, dan menarik perhatian investor potensial.

D. PENUTUP

Simpulan

Program pengabdian kepada masyarakat berupa pembuatan video profil Desa Cisampih telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan pemuda desa atau karang taruna dalam proses produksi. Video ini berhasil merepresentasikan potensi desa, termasuk

agrikultur gula aren, keindahan alam Gunung Jagat, dan kekayaan budaya lokal, dalam durasi tujuh menit yang informatif dan menarik. Video profil ini telah memenuhi ekspektasi perangkat desa sebagai alat promosi yang efektif untuk mendukung branding dan pengembangan desa, baik di sektor pariwisata maupun pemasaran produk unggulan. Keterlibatan masyarakat lokal, khususnya pemuda desa, menjadi faktor pendukung utama keberhasilan kegiatan ini, yang juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mereka dalam pengelolaan media digital.

Namun, beberapa kendala menjadi catatan penting, seperti keterbatasan alat produksi yang memengaruhi efisiensi dan kualitas hasil video, serta waktu pelaksanaan yang terbatas. Kendala ini menunjukkan perlunya investasi teknologi yang lebih baik dan perencanaan waktu yang lebih matang untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah mencapai tujuannya dalam menghasilkan luaran berupa video profil yang tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga memberikan kontribusi sosial melalui penguatan kapasitas masyarakat lokal.

Saran

Untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan kegiatan ini, disarankan adanya investasi yang lebih memadai dalam perangkat produksi media, seperti kamera berkualitas tinggi dan perangkat lunak penyuntingan video, untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil produksi. Selain itu, pelatihan lanjutan bagi pemuda desa sangat penting agar mereka memiliki kemampuan mandiri dalam produksi dan promosi konten digital serupa di masa depan. Pengembangan konten tambahan, seperti video promosi produk unggulan secara spesifik atau tur virtual desa, dapat melengkapi strategi branding yang sudah dirintis. Tidak kalah penting, penambahan subtitle dalam bahasa Inggris pada video yang dihasilkan dapat memperluas target audiens hingga ke pasar internasional. Dengan langkah-langkah ini,

diharapkan Desa Cisampih dapat terus mengoptimalkan potensinya melalui pemanfaatan teknologi digital untuk menjadi desa yang inovatif dan berdaya saing tinggi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Padjadjaran, khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi, atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Pemerintah Desa Cisampih, Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh selama kegiatan berlangsung. Penghargaan yang sebesar-besarnya disampaikan kepada tim produksi dan masyarakat Desa Cisampih, terutama karang taruna, atas partisipasi aktifnya dalam proses produksi video profil. Tanpa dukungan dari berbagai pihak ini, program ini tidak akan berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang maksimal.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Oktarina, R., Puspita Sari, R., Rizky Wulandari, E., & Afniar Rachmawati, A. (2023). Pendampingan Branding School dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu-Ibu Guru TK Se-Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Indonesian Society Empowerment*, 1(2), 46–54.
- Firmansyah, B., Danumihardja, M., Maulana, F., Konaah, S., Ratnawati, R., Maemunah, S., Badruzzaman, M., Setiawan, F., Hamidah, I., Mukarromah, S. D., Maharani, S., & Wahyudi, R. (2023). Pemberdayaan Potensi Desa Kedondong Kidul melalui Gerakan Literasi Digital. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 50–59. <https://jurnal.uibbc.ac.id/index.php/etos/article/view/1729>
- Haryanto, A. (2020). Penyuluhan Pembuatan Video Profil Desa Bedoyo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(1), 4–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jas.v1i1.4697>
- Junining, E., Nuzula, N. F., Purwaningtyas, I., Hartono, D., Setiarini, N., & Lailiyah, N.

Pembuatan Video Profil sebagai Strategi Pengembangan Informasi dan Branding Desa Cisampih

Muhammad Rifki Adinur Zein, Toto Sugito, Nadia Febriani

- (2021). Upaya Peningkatan Sadar Wisata Berbasis Bahasa Dan Kewirausahaan Pada Kegiatan Promosi Kampung Wisata Kungkuk. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 11–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.3087>.
- Lubis, N., Saputra, M. H., Al-Baasith, R. I., Setiadi, S., & Oktaviani, S. (2020). Gerakan Desa Sadar Bahaya Covid 19: Pengabdian Pada Masyarakat Desa Cilawu Kabupaten Garut. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 480–494. <https://doi.org/https://doi.org/10.33024/jkpm.v3i2>
- Nugraini, S. H. (2018). Dampak Model Pembelajaran Produksi Film Pendek Tentang Energi Terbarukan Pada Mata Kuliah Audio Visual Terhadap Mahasiswa. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 04(02). <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- Nugroho, H. (2022). Evaluasi Pengelolaan Situs Web (Website) Pusat Riset Perikanan Tahun 2021. *Jurnal Pari*, 8, 99–110. <https://doi.org/10.15578/jp.v8i2.12140>
- Rahmawati, R., & Purwohandoyo, J. (2019). Perkembangan Desa Wisata Kreetbet Dan Dampaknya Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat Dusun Kreetbet, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul. *Jurnal Geografi*, 11(1), 62–75. <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo>
- Slamet, T. I., Alfiansyah, A., Al Maki, W. F., Musyafa, F. A., Satyaputra, A., Fathoni, P., Andayani, S. S., Melinda, S., Oktavianus, D., & Yusuf, N. P. (2020). Peningkatan Keterampilan ICT untuk Guru melalui Pelatihan Konten Digital Pembelajaran Berbasis Sumber Terbuka (Open Sources). *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 118. <https://doi.org/10.30651/aks.v4i1.2316>