

VIDEO BRANDING DESA : KONSEP PENGEMBANGAN WISATA INOVASI DI DESA WATUREJO

Dewi Puspita Sari¹, Dwi Nadya Cahyani², Febria Agustianingsih³, Huzaimatuz Zahra⁴

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Email: 200502110084@student.uin-malang.ac.id, 200401110252@student.uin-malang.ac.id,
200501110010@student.uin-malang.ac.id, 200302110143@student.uin-malang.ac.id,

Abstrak

Kata Kunci :
Desa Wisata, Video
Branding, Pengembangan

Desa Waturejo terletak di Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang. Desa Waturejo sering disebut dengan desa wisata yang secara geografis Desa Waturejo berada di bagian Utara Kabupaten Malang dan berada di daerah pegunungan dan memiliki ketinggian kurang/lebih 617 M dari permukaan laut. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan wisata inovasi yang ada di desa Waturejo melalui video branding. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, baik berupa gambar maupun video dan wawancara lapangan. Teknik yang dilakukan dalam pembuatan video branding desa yaitu dengan cara mengambil gambar atau video, melakukan pengeditan kemudian mempublikasikan nya di media sosial. Adapun upaya dalam pengambilan video yaitu melalui analisis SWOT, *Strength* (kekuatan atau potensi) yang dimiliki desa yang bisa dijadikan faktor pendukung adanya dan untuk kesuksesan sebuah program, *Weakness* (kelemahan) yang bisa jadi faktor penghambat program, *Opportunity* (peluang) atau kesempatan yang bisa dimanfaatkan dan *Threats* (ancaman) yang mengancam gagalnya program. Analisis ini digunakan untuk mempermudah dalam melakukan promosi dan inovasi terhadap Wisata Desa Waturejo.

Abstract

Waturejo Village is located in Ngantang District, Malang Regency. Waturejo Village is often referred to as a tourist village that is geographically located in the northern part of Malang Regency, is in a mountainous area, and has a height of approximately 617 M above sea level. This research aims to develop innovative tourism in Waturejo village through video

Keywords :

Tourism Village, Video
Branding, Development

branding. This research method uses qualitative methods, and data collection is done through documentation, both in the form of pictures and videos and field interviews. The technique used in making village branding videos is by taking pictures or videos, making edits, and then publishing them on social media. The effort in taking the video is through SWOT analysis, Strength (Strength or potential) owned by the village, which can be used as a supporting factor for the existence and the success of a program, Weaknesses (weaknesses) which can be program inhibiting factors, Opportunities (opportunities) or opportunities that can be exploited and Threats (threats) that threaten the failure of the program. This analysis is used to make it easier to promote and innovate Waturejo Village Tourism.

PENDAHULUAN

Setiap Desa memiliki beragam potensi yang menjadi pilar utama dalam mengembangkan perekonomian nya. Potensi inilah yang dapat membantu masyarakat di Desa tersebut untuk mengembangkan dan memaksimalkan setiap potensi yang ada guna memajukan tingkat kesejahteraan penduduk setempat. Potensi tersebut tentunya mengandung keunikan dari masing - masing desa. Hal unik itulah yang menjadi daya tarik tersendiri untuk dijadikan potensi wisata guna memajukan kesejahteraan masyarakat setempat. Daya Tarik wisata akan ditentukan oleh kompetensi sumber daya pengelola dan tata kelola destinasi tersebut termasuk juga desa wisata yang sedang difokuskan oleh pemerintah untuk menjadi daya tarik wisata di Indonesia.

Desa wisata adalah wujud campuran atraksi, fasilitas, dan akomodasi yang menyokong sebuah pola pikir budaya yang pada akhirnya menyatu dengan tradisi sehingga bisa dijadikan kekhasan dan ciri khas wisata (Yulianti & Suwandono, 2016).¹ Daya tarik wisata ini dapat dimanfaatkan dengan baik guna membangkitkan perekonomian masyarakat. Kekhasan dan keunikan yang ada di setiap desa dapat menjadi pilar utama dalam membangun wisata desa tersebut. Makanan khas warga lokal, kesenian, budi daya pertanian masyarakat, dan budaya sosial yang ada inilah yang menjadi kekhasan dari wisata desa (Anas Pattaray, 2020).²

Dengan adanya pengembangan pariwisata desa melalui kearifan lokal dan produk hasil desa, nyatanya mampu meningkatkan tingkat pendapatan

¹ Yulianti, E., & Suwandono, D., Arahan konsep dan strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang, (Semarang:2016)

² Pattaray, A, Wisata Petualangan Berbasis Kearifan Lokal sebagai Daya tarik Desa Wisata Di Kabupaten Sumbawa, *Jurnal Inovasi Penelitian* vol 1, (2021)

perekonomian masyarakat lokal sehingga mereka merasa memiliki kepercayaan diri yang tinggi terhadap budaya lokal sebagai identitasnya (Hermawan, 2016).³

Perkembangan sebuah desa menjadi destinasi wisata memerlukan tahapan yang bisa membuat desa tersebut layak disebut sebagai desa wisata. Partisipasi masyarakat lokal juga penting dalam perkembangan desa wisata yang dapat memperkuat daya saing wisata tersebut. Desa wisata dikembangkan dengan memanfaatkan potensi yang ada di daerah tersebut dengan masyarakat sebagai produk atau atribut wisata. Desa yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai bentuk wisata salah satunya adalah Desa Waturejo. Prospek wisata yang ada dapat memberikan sebuah kontribusi dalam membangun desa wisata.

Dengan keberadaan Pariwisata ini, nantinya diharapkan mampu mengubah pola pikir masyarakat untuk bergerak maju mengembangkan perekonomian desa sebagai tujuan tempat pariwisata (Anas Pattaray, 2020).⁴ Hal inilah yang dilakukan oleh Masyarakat di Desa Waturejo, Ngantang. Dalam upaya nya untuk membangun perekonomian desa, mereka mencari beragam cara dan upaya demi membuka peluang pariwisata di Desa Mereka. Ibu - Ibu PKK berperan sangat besar dalam hal ini, karena mereka berperan sebagai promotor sekaligus penggerak utama untuk menciptakan wisata- wisata inovasi yang berbeda dari desa lainnya. Desa Waturejo ini telah mendapatkan beragam penghargaan atas prestasi mereka sebagai Desa Wisata berbasis PKK. Desa yang memiliki sektor pariwisata yang berbeda dari Desa-desa lainnya di Indonesia, yakni Wisata Inovasi yang dikembangkan oleh penduduk setempat yang juga bekerja sama dengan PKK beserta UMKM yang ada di Desa Waturejo. Wisata Inovasi ini dibentuk dan dikembangkan secara bersama - sama oleh masyarakat Desa Waturejo dan didukung penuh oleh ibu - ibu PKK dan Karang Taruna Desa Waturejo.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam mengembangkan ekonomi bagi suatu daerah, dimana telah mengalami perkembangan pesat dengan berbagai faktor yang mendukung. Adanya pariwisata dapat memberikan nilai strategis bagi budaya lokal yang dikembangkan oleh suatu daerah dengan tujuan sebagai bentuk upaya pelestarian kearifan lokal daerah itu sendiri. Desa sebagai wilayah yang bertumpu dalam potensi kearifan lokal perlu untuk dikembangkan dan dilakukan pengelolaan agar tetap terjaga serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Desa sendiri merupakan bentuk perwujudan geografis yang timbul karena unsur-unsur sosial, ekonomi, politik, dan budaya yang memiliki hubungan timbal balik dengan daerah lain.

Dampak pengembangan kepariwisataan dan pembangunan nya yang melibatkan masyarakat ini, akan membawa sisi positif dan negatif bagi masyarakat

³ Hermawan, H., Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglangeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal, *Jurnal pariwisata Vol 3*, No. 2 (2016), 105-117

⁴ Pattary, A, Wisata Petualangan Berbasis Kearifan Lokal sebagai Daya tarik Desa Wisata Di Kabupaten Sumbawa, *Jurnal Inovasi Penelitian vol 1*, (2021)

tersebut (I. Pitana, 2005).⁵ Dampak positifnya adalah masyarakat bisa terlibat langsung dalam upaya mengembangkan desa mereka sehingga dapat menambah sumber penghasilan baru. Sedangkan dampak negatifnya adalah masyarakat kesulitan untuk mengupayakan pengembangan wisata desa mereka dikarenakan keterbatasan dana dan dukungan dari beberapa pihak. Hal inilah yang menghambat upaya pengembangan tersebut. Pengembangan Desa wisata Waturejo ini telah diupayakan semaksimal mungkin. Salah satunya adalah dengan adanya upaya Branding Desa melalui promosi menggunakan media digital supaya dapat menjangkau pasar secara lebih luas.

Untuk mempresentasikan potensi yang ada di Desa dan menunjukkan daya tarik khasnya dapat dilakukan video branding yang merupakan cara yang cukup efektif di era saat ini. Video Branding dinilai bisa memberikan pesan dengan gambaran yang jelas dalam bentuk video (Rachmat et al., 2022).⁶ Cara ini dianggap sebagai salah satu cara yang paling sederhana dan relevan untuk mem-branding desa melalui media sosial serta dianggap mampu memberikan dampak yang besar untuk melakukan upaya promosi desa. Desa Wisata Inovasi Waturejo ini masih sangat memerlukan upaya pengembangan promosi supaya bisa lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, pengembangan wisata melalui konsep branding video desa diharapkan bisa membuka peluang masuknya wisatawan dari beragam daerah di seluruh indonesia.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengembangan Desa Wisata Inovasi ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa KKM Kelompok 226 dengan tujuan membantu masyarakat dalam mempromosikan Wisata Inovasi ini. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 7 Januari 2023 di Desa Waturejo Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.

Tahapan yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam tahap persiapan dilakukan temu wicara dan diskusi dengan perangkat desa yang bertujuan:
 - a. Memberikan informasi tentang maksud dan tujuan program yang akan dilaksanakan.
 - b. Melakukan diskusi mengenai strategi pengembangan desa wisata inovasi ini

⁵ Pitana, I. G., & Gayatri, P. G., Sosiologi Pariwisata : Kajian Sosiologis, terhadap struktur, dan dampak -dampak pariwisata, (Andi:2005)

⁶ Rachmat, S. N., Haes, P. E., Ayu, M., Puspitadewi, A., Ayu, G., Wirasanti, P., & Abubakrin, K. P., Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perancangan Video Branding, *Jurnal Selaparan:Pengabdian Masyarakat Berkelanjutan*, (2022) 235-239

- c. Mendiskusikan tempat dan jadwal pelaksanaan program. Sosialisasi dan pelatihan
2. Pemberian materi kepada masyarakat yaitu sosialisasi strategi pengembangan desa wisata inovasi melalui media digital.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dimana penelitiannya tidak menggunakan angka-angka. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen. penelitian kualitatif ini berlandaskan pada filsafat, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna (Sugiyono: 2018).⁷ Metode kualitatif menitik beratkan pada analisis yang bersifat deskriptif serta menganalisis data yang diperoleh dari hasil survei, kemudian mendokumentasikan data yang diperoleh di lapangan.

Dalam penelitian kualitatif ini juga digunakan data sekunder sebagai acuan oleh penulis, maka data yang dikumpulkan oleh penulis dapat dikatakan sebagai data atau informasi ilmiah. Melalui hal tersebut, penulis mengumpulkan data tentang strategi pengembangan desa wisata inovasi melalui media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Waturejo merupakan salah satu desa di Kabupaten Malang, Kecamatan Ngantang. Desa Waturejo sering disebut dengan desa wisata dengan luas wilayah yaitu sekitar 522 Ha. Secara geografis Desa Waturejo berada di bagian Utara Kabupaten Malang yang berada di daerah pegunungan dan memiliki ketinggian kurang/lebih 617M dari permukaan laut. Nama Waturejo berasal dari pertempuran antara Trunojoyo melawan penjajah yang diiringi dengan hujan batu di bukit Selokurung. Bukit tersebut sekarang telah dijadikan pertapakan sebagai tempat wisata religi oleh masyarakat Desa Waturejo.

Desa Wisata terbagi menjadi tiga dusun yaitu, Dusun Watu Kidul, Dusun Watu Lor, dan Dusun Sumber Gondo. Terdapat 9 Rukun Warga dan 32 Rukun Tetangga dengan jumlah penduduk sekitar 3623. Dimana jumlah pria maupun wanita sekitar 1800 penduduk. Mata pencarian penduduk Desa Waturejo yaitu sebagian besar sebagai pemerah sapi. Sehingga Desa Waturejo sering juga disebut dengan desa pemasok susu sapi. KUD yang sering digunakan untuk menampung susu sapi dari para warga telah bekerja sama dengan salah satu perusahaan besar di Indonesia. Selain sebagai pemerah sapi, penduduk setempat juga bekerja sebagai petani, pedagang dan UMKM. Sebagian besar UMKM di desa ini yaitu pembuat kopi dan pembuat tusuk sate.

⁷ Sugiyono, metode penelitian Kuantititaif, Kualitatif, dan R&D., (Alfabeta:2018)

Masyarakat di desa ini sangat menjunjung tinggi nilai budaya dan kerukunan baik antar warga maupun pendatang. Hal ini bisa dilihat dari betapa kentalnya budaya yang ada di desa ini, seperti ketika ada bersih desa wajib melakukan penyembelihan kambing, melakukan ziarah ke makam para leluhur, dan setiap malam jumat legi dilarang melakukan kegiatan apapun di seluruh Desa Waturejo.

Saat ini Desa Waturejo dipimpin oleh Bapak Kusman Hadi selaku kepala desa dan Bapak Bambang selaku sekretaris desa serta perangkat desa lainnya. Desa ini memiliki potensi di sektor pangan yaitu warganya yang hampir sebagian besar merupakan peternak susu sapi perah. Tidak hanya menggeluti sebagai peternak susu sapi perah, penduduk Desa Waturejo juga ada yang menggeluti di bidang UMKM maupun pertanian dan perkebunan.

Penyebaran agama di desa Waturejo mayoritas agama Islam. Ini bisa di lihat dari banyaknya jumlah masjid dan musholla di desa ini, dan banyaknya kegiatan keagamaan seperti rutinan tahlil, sholawat diba', dan khotmil Qur'an.

Wisata Desa Waturejo

Desa Waturejo memiliki banyak potensi wisata yang menjadi peluang untuk membangun pariwisata berbasis kearifan lokal. Ciri khas yang dimiliki oleh Desa Waturejo ini dibandingkan dengan desa lainnya ialah, bahwasannya Desa Waturejo memiliki wisata yang berbasis inovasi. Wisata Inovasi ini memanglah secara kasat mata berbeda dengan pariwisata lainnya, wisata inovasi ini lebih mengutamakan tentang bagaimana para pengunjung dapat belajar memahami suatu hal yang baru dan mampu menerapkan nya. Adapun Wisata Inovasi yang ada di Desa Waturejo sebagai berikut :

1. Rumah Cobek

Rumah Cobek merupakan tempat pengrajin yang bahan baku utamanya dari batu gunung asli. Batu-batu tersebut diambil dari gunung yang berada di Desa Waturejo. Kerajinan batu gunung di inovasi oleh warga sehingga menghasilkan cobek dan ulegan serta kerajinan lainnya. Hasil inovasi ini diperjualkan sehingga dapat menghasilkan uang.

2. Rumah Batik

Rumah batik ini di kelola oleh Ibu Fauziah selaku pengrajin batik tulis yang ada di Desa Waturejo. Ibu Fauziah mulai mengawali karirnya sebagai seorang pengrajin batik sejak beberapa tahun kebelakang. Pada saat tahun 2017, Ketika ibu Sunaryati menjabat sebagai Ketua PKK Desa waturejo, beliau memberikan arahan kepada beberapa ibu-ibu pkk pada saat itu,termasuk Ibu Fauziah untuk mengikuti pelatihan Membatik yang diadakan di Balai Desa Waturejo secara gratis. Pelatihan Batik ini mendatangkan langsung seorang ahli pengrajin batik dari Brebes, Jawa Tengah.

3. Rumah Sehat

Rumah Sehat adalah tempat yang didirikan sebagai sarana kesehatan warga di desa waturejo. keadaannya sangat asri dengan tanaman yang bermacam-macam.

4. Rumah Produksi

Rumah Produksi adalah tempat para petani Desa Waturejo melakukan inovasi terhadap hasil pertanian yang didapat. Inovasi tersebut berupa jamur tiram dan aneka hasil pertanian yang dijadikan sebagai kripik, sehingga rumah produksi juga disebut dengan industri kripik. Inovasi kripik ini nantinya akan diperjualkan pada warga sekitar dan Pasar Ngantang.

5. Rumah Gallery

Rumah Gallery Desa Waturejo merupakan rumah dengan suatu karya seperti lukisan dan patung. Rumah Gallery sempat berjalan beberapa bulan sebelum namun saat ini mengalami hambatan dan tidak dapat dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, minimnya peminat, juga menjadi faktor terhambatnya wisata inovasi ini untuk berkembang lebih lanjut.

6. Rumah Rajut

Rumah Rajut di Desa Waturejo mengumpulkan para pengrajin baik dari dalam desa maupun dari Malang Raya. Bermulanya Rumah Rajut yaitu ketika Ibu Sunariati selaku mantan ketua PKK sekaligus mantan Bu KaDes memberikan sejumlah benang dan kain dengan maksud untuk dijadikan sebuah karya yang hasilnya nanti bisa dijual dan dipakai oleh konsumen. Pada sekitar tahun 2019 beberapa pengrajin dari Rumah Rajut Desa Waturejo mendapatkan keuntungan kurang lebih 700 ribu dari hasil penjualan karya rajut tersebut.

7. Rumah Biting

Warga Desa Waturejo memiliki kerajinan biting yang bahan baku utamanya adalah bambu. Biasanya biting dimanfaatkan untuk tusuk sate,tusuk cilok,tusuk sempol yang nantinya akan diperjual belikan.

8. Rumah Anyaman

Rumah Anyaman Desa Waturejo merupakan sekumpulan para pengrajin dengan bahan baku utama yaitu bambu. Hasil karya dari bambu ini dapat berupa tampah dan tumbu. Tampah dan tumbu nantinya akan dijualkan di Pasar Desa maupun Pasar Ngantang.

9. Green House

Green House bermula dari adanya proyek kerja sama dengan Nestle. Nestle mengadakan suatu pelatihan kepada masyarakat Desa Waturejo. Setelah kerja sama tersebut, PKK setempat melakukan kerja sama dengan pokdarwis untuk melakukan kegiatan penghijauan dan menyewa tempat untuk membangun Green House. Green House kini telah berdiri sendiri dengan bantuan dari PKK dengan menyewa lahan yang merupakan milik

warga. Saat ini bagian pengurus Green House yaitu dari Pokja 3 yang rutin mengadakan kerja bakti baik dengan warga setempat maupun anggota PKK.

10. Taman Baca

Taman Baca di Desa Waturejo terdapat di dua tempat yakni Dusun Sumbergondo dan Dusun Watukidul. Buku-buku yang ada di Taman Baca merupakan pemberian dari Dinas Pendidikan, Sukarelawan, dan Kampus-kampus yang mengadakan KKN di Desa Waturejo. Taman Baca tersebut tidak memiliki pengelolaan khusus, hanya suatu larangan untuk membawa pulang buku-buku yang tersedia.

11. Pasar Desa UMKM

Pasar desa ini menjual berbagai macam produk hasil olahan UMKM warga setempat dan dipasarkan secara bersama - sama. Hasil produk yang dijual di Pasar Desa ini berupa Kerajinan Anyaman, Cobek, Talas, Pisang, Keripik singkong, Tahu Basah, Kopi Bubuk, Jamu Gendong, dan hasil olahan lainnya.

Desa waturejo ini memang mengedepankan konsep wisata inovasi yang berbeda dari desa lainnya. Memang tidak bisa dipandang secara kasat mata, namun secara inovasi desa waturejo bisa menunjukkan keunggulan mereka melalui program-program PKK yang dimiliki nya. Wisata Desa tersebut sempat berhenti karena adanya virus covid-19.

Video Branding Desa

Branding desa merupakan teknik promosi dalam meningkatkan daya tarik pengunjung terutama di Wisata Desa Waturejo. Branding desa ini dapat dimanfaatkan dengan menyebarluaskan informasi terkait wisata inovasi desa dengan mempromosikannya melalui video. Video atau yang disebut dengan video branding desa akan disebarluaskan melalui sosial media seperti instagram, tiktok, youtube, dan story whatsapp. Kegiatan video branding desa dilakukan secara bertahap, mulai dari pemilihan titik pengambilan gambar dan video, pengeditan video dan menyebarkan video tersebut. Pengambilan gambar maupun video dilakukan di semua dusun yang ada di Desa Waturejo dengan menggunakan camera dan smarthphone kualitas tinggi, agar kualitas gambar atau video yang dihasilkan bagus. Pembuatan video branding ini dilakukan waktu kurang lebih 3 minggu, yang dapat menghasilkan video dengan durasi 3-5 menit dan menggunakan talent mahasiswa KKN UIN Malang kelompok 226 Desa Waturejo. Sasaran dari upaya memperkenalkan potensi wisata inovasi yang dimiliki oleh Desa Waturejo melalui video branding. Adapun wisata inovasi yang dikemas dalam video branding adalah

1. Green house dan rumah baca
2. Rumah batik

3. Rumah cobek

Proses pembuatan Video Branding Desa ini dibuat dengan membentuk beberapa tim yang terpisah sesuai dengan tugas dan bidangnya masing-masing. Adapun tim yang dibentuk adalah sebagai berikut :

1. Tim Editor : M. Faza Abdillah, Nur Muhammad Faza

Tim editor ini bertugas untuk menyunting dan mengedit seluruh hasil *take video* beragam wisata yang telah di *shoot* serta menjadikannya sebuah video yang mampu menyampaikan pesan kepada para penonton untuk mengetahui keberadaan wisata inovasi yang ada di Desa Waturejo.

2. Tim Survey Lapangan : M. Teguh Adi S, M. Bayu Sahputra, Muhammad Amin Rifki, Miftah Alifuddin

Tim ini bertugas untuk melakukan survey lapangan sebelum dilakukannya *take video* terhadap beberapa lokasi yang telah ditentukan. Ini dilakukan supaya sebelum melakukan *take video*, nantinya tim videographer dapat mengetahui dan memahami terlebih dahulu bagian mana saja yg menjadi daya tarik tempat tersebut, serta kelemahan dari lokasi tersebut.

3. Tim Manuscript : Lailatul Maghfiroh, Huzaimatuz Zahra, Dwi Nadya Cahyani

Tim ini bertugas sebagai penulis script yang nantinya digunakan sebagai subtitle video branding tersebut dan supaya penonton bisa memahami tepat wisata tersebut tidak hanya dari sisi visual melainkan juga data dan penjelasan yang akan dipaparkan didalam video.

4. Tim Voice Over : Huzaimatuz Zahra, Dwi Nadya Cahyani

Tim ini bertugas untuk melakukan pengisian suara terhadap video branding desa ini dg menyesuaikan dari script yang dibuat oleh tim Manuscript.

5. Tim Talent : Nikmatul Musyarofik, Siska Wulandari, Febria Agustianingsih, Dewi Puspita Sari, Faroh Dina Farhiyyah, Dwi Nurhayati, Husnul Alfaiza Tifalun N,

Tim ini bertugas ini sebagai talent-talent yang menjadi penyokong cerita didalam video branding tersebut. Tim talent ini yang akan tampil didalam video sebagai figurasi pendukung dari video tersebut.

Pelaksanaan program Video Branding Desa ini di mulai sejak tanggal 19 Desember 2022 hingga 14 Januari 2023. Tempat pengambilan gambar ini tentunya hanya berfokus di Desa Waturejo yang terbagi ke dalam tiga Dusun, yakni Dusun Watu Kidul, Dusun Sumbergondo dan Dusun Watu Lor.

Dalam proses pembuatan Video Branding Desa ini, tentunya mengalami beragam kendala dan hambatan yang mengiringi perjalanan program ini. Adapun beberapa kendala yang menghambat pelaksanaan video branding desa ini sebagai berikut :

1. Faktor Cuaca

Dalam proses take video, penting untuk mengetahui prakiraan cuaca yang akan terjadi. Selama beberapa hari sebelum pembukaan KKM di balai Desa, Tim Survey lapangan telah berusaha untuk mencari tempat-tempat wisata inovasi yang ada di Desa Waturejo, namun karena beberapa kali cuaca yang tidak mendukung, tim videographer terpaksa menunda untuk melakukan proses *take video* di tempat-tempat tersebut.

2. Faktor Perizinan

Sebelum take video tentunya harus ada perizinan terhadap pengelola wisata tersebut. Setelah melakukan survey tempat, tim survey mengajukan permohonan izin terhadap pengelola wisata tersebut, namun pada saat itu tim pengelola sedang tidak ada di rumah atau bepergian, sehingga faktor ini menghambat atau mengulur waktu untuk melakukan take video.

Selain adanya kendala yang menghambat jalannya pelaksanaan video branding desa, ada juga faktor yang mendukung yaitu sebagai berikut :

1. Perlengkapan yang digunakan untuk melakukan proses pengambilan video seperti kamera sangat membantu dalam pelaksanaan video branding desa. Dengan adanya kamera hasil dari take video menjadi jernih, tanpa adanya kamera, tidak akan berhasil.
2. Warga Desa Waturejo sangat terbuka pada kehadiran KKM dari UIN Malang. Hal ini juga menjadi penyebab salah satu faktor pendukung, karena dapat mempermudah dalam pengambilan video branding desa yang akan digunakan untuk mempromosikan wisata inovasi yang ada di Desa Waturejo.

Analisis SWOT

Sampai saat ini ada beberapa wisata desa yang masih berlanjut dan ada juga yang telah berhenti. Untuk melihat konsep pengembangan inovasi desa wisata dapat melalui analisis SWOT yang terdiri dari Strength, Weakness, Opportunity, and Threats. Tujuan dilakukan analisis SWOT ini adalah untuk mengetahui potensi apa saja yang ada di Desa Waturejo serta kelemahan dan ancaman yang menjadi hambatan dalam berkembangnya desa wisata tersebut. Selain itu perlu adanya peluang dan upaya untuk mengatasi masalah-masalah yang ada. Dengan dilakukannya analisis SWOT diharapkan dapat mempermudah dalam pembuatan video branding desa yang bertujuan untuk mempromosikan pengembangan inovasi wisata di Desa Waturejo.

1. Strength (Kekuatan)

Adanya potensi wisata yang melimpah, seperti beragam wisata inovasi yang telah dibangun oleh warga setempat terutama Ibu-ibu PKK. Wisata inilah yang menjadi keunikan sekaligus pembeda dari wisata-wisata lainnya, karena wisata yang ada di Desa Waturejo ini mengedepankan edukasi

kepada para pengunjung sehingga mereka mendapatkan Ilmu dan pengalaman baru dari wisata lainnya.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan dari Desa waturejo adalah kurangnya media promosi terhadap wisata inovasi yang ada. Kebanyakan warga kurang memahami akan ilmu teknologi sehingga wisata inovasi yang ada ,tidak dikenal luas oleh masyarakat luar.

3. Opportunity (Peluang)

Peluang yang bisa dimanfaatkan dari Desa Waturejo yaitu program PKK seperti adanya inovasi-inovasi baru yang dijadikan sebagai wisata desa. Dengan program tersebut dapat memanfaatkan masuknya hubungan kerja sama baik dengan perusahaan maupun dengan pemerintah. Selain itu dapat menciptakan lapangan kerja bagi warga Desa Waturejo seperti penjual kerajinan dan sebagai pengrajin kerajinan. Adanya promosi yang dikembangkan juga dapat memberikan peluang di masa depan, di mana dapat menarik wisatawan dari luar desa untuk mengunjungi wisata-wisata yang dimiliki oleh Desa Waturejo.

4. Threats (Ancaman)

Ancaman dari Wisata Inovasi ini adalah rentan terhentinya kegiatan inovatif yang telah di dirikan sebagai akibat dari sepinya peminat dan kurangnya media promosi dari wisata inovasi tersebut. Karena hal itu,Terdapat beberapa tempat-tempat wisata inovasi yang tidak berkembang dan berhenti kegiatannya.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, dapat diuraikan beberapa upaya yang bisa membantu dalam memecahkan masalah yang ada. Upaya tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Strength-Opportunity

Upaya ini bertujuan dalam memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Upaya yang bisa dilakukan yaitu

1. Mengelola potensi yang ada dengan memanfaatkan kerja sama pemerintah untuk mengembangkan objek wisata desa sesuai dengan pengembangan teknologi yaitu melakukan promosi wisata desa melalui video branding.
2. Membuka peluang tenaga kerja di Desa Waturejo yang dapat mengurangi pengangguran.
3. Terbukanya segmen pasar wisata lokal sehingga bisa semakin berkembang dan diminati

2. Weakness-Opportunity

Upaya ini menerapkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki. Peluang besar yang ada di desa Waturejo ini adalah

- a. mempromosikan wisata yang ada di desa ini, oleh karena itu, perlu adanya video branding desa, sehingga wisata inovasi ini bisa dikenal masyarakat luar.
- b. Memanfaatkan letak lokasi yang strategis dengan penghubung sarana transportasi umum.
- c. Memanfaatkan tawaran hubungan kerja baik dengan perusahaan maupun pemerintah.

3. Strength-Threats

Upaya ini menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun upaya yang bisa dilakukan yaitu

- a. Mempertahankan potensi wisata desa baik berupa wisata alam maupun budaya yang dapat membantu menambah minat pengunjung, sehingga wisata Desa Waturejo dapat berkembang.
- b. Melakukan promosi dengan video branding agar membantu kondisi dan keadaan beberapa objek wisata Desa Waturejo yang kurang memiliki peminat menjadi aktif kembali dengan inovasi yang diberikan.

4. Weakness Threats

Upaya ini berusaha dalam meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada. Upaya-upaya yang bisa dilakukan yaitu

- a. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan memperbaiki wisata desa yang sekarang sudah sepi peminat dengan melakukan inovasi agar dapat menarik daya tarik wisatawan.
- b. Memberi pemahaman kepada masyarakat Desa Waturejo mengenai wisata dan budaya desa yang dikembangkan menjadi tempat Desa Wisata. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perkembangan wisata dan budaya Desa Waturejo secara berkelanjutan, sehingga bisa menarik pengunjung luar desa.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu Desa Waturejo merupakan desa yang kaya akan wisata inovasi, diantaranya adalah Rumah Cobek, Rumah Batik, Rumah Sehat, Rumah Produksi, Rumah Gallery, Rumah Rajut, Rumah Bitung, Rumah Anyaman, Green House, Taman Baca, dan Pasar Desa UMKM

Kegiatan pengembangan wisata inovasi di Desa Waturejo dalam membranding desa melalui media visual dapat menawarkan dan mempromosikan beragam potensi dan keunikan desa melalui platform media sosial seperti seperti instagram, tiktok, youtube, dan story whatsapp. Sehingga mampu menarik

perhatian wisatawan dan masyarakat luas dari berbagai daerah. Desa Waturejo mampu mengembangkan potensi-potensi yang ada di desa mereka sebagai peluang untuk dijadikan tempat pariwisata sekaligus membantu menyokong perekonomian masyarakat setempat. Meskipun terkendala minimnya tingkat edukasi teknologi bagi masyarakat setempat, mereka telah berusaha untuk mengupayakan supaya dapat membuat branding desa atas bantuan dari mahasiswa KKM UIN Malang.

DAFTAR REFERENSI

- Hanindharputri, M. A., Ariesta, I. G. B. B. B., & Utami, S. (2022). Konten Visual Instagram Sebagai Upaya Branding Desa Wisata Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 90–98. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.1079>
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117.
- Pattaray, A., & Efendi, M. (2020). Urban Tourism Development: Constraints and Expected Changes of Kota Lama Tourism Area (KLTA) in Surabaya, Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 8. <https://doi.org/10.15640/jthm.v8n1a14>
- Pattary, A. (2021). WISATA PETUALANGAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL SEBAGAI DAYA TARIK DESA WISATA DI KABUPATEN SUMBAWA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata : kajian sosiologis, terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata*. Andi.
- Rachmat, S. N., Haes, P. E., Ayu, M., Puspitadewi, A., Ayu, G., Wirasanti, P., & Abubakrin, K. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perancangan Video Branding. *Jurnal Selaparan:Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6, 235–239.
- Riantoro, D., & Aninam, J. (2021). Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari. *Lensa Ekonomi*, 15(1), 151–172.
- Subiyantoro, D. (2018). GEBYAR UPACARA TRADISIONAL Sedekah Bumi Desa Waturejo Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yuliati, E., & Suwandono, D. (2016). *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang Concept and Strategy Guidelines of Development Nongkosawit Village Tourism As Tourism Destination Semarang City*. 2(4), 263–272.