

Sosialisasi Produksi Video Profil Desa Cipaku Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka

Dony Susandi^{1*}, Harun Sujadi², Ardi Mardiana³, Endah Prihartini⁴, Dede Maulana⁵, Muhammad Dziya Dhiyauddin⁶, Gary Gibran Amnesty⁷, Aas Nuraisah⁸, Ayu Sunengsih⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Majalengka

*e-mail korespondensi: prosman97@unma.ac.id

Abstract

The use of information technology becomes a necessity to introduce and promote regional potential, including Cipaku Village, as an integral part of Indonesian society. In context of community service, the college is planning the production of a profile video of Cipaku Village as an innovative means of communication that will highlight the village's rich potential, natural beauty, and life of the local community. This project is not only geared towards providing benefits to the local community, but also as a valuable source of information for investors, government agencies, and other relevant parties. In the proposal, it will describe the production plan, resources required, and expected benefits. In addition, this project is part of a community service program, involving university students and faculty, with the aim of supporting sustainable development and community empowerment in Cipaku Village.

Keywords: Information Technology; Cipaku Village Profile; Use of Technology for Innovative Communication

Abstrak

Penggunaan teknologi informasi menjadi keharusan untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi daerah, termasuk Desa Cipaku, sebagai bagian integral dari masyarakat Indonesia. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi merencanakan produksi video profil Desa Cipaku sebagai sarana komunikasi inovatif yang akan menyoroti kekayaan potensi, keindahan alam, dan kehidupan masyarakat setempat. Proyek ini tidak hanya diarahkan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat lokal, tetapi juga sebagai sumber informasi berharga untuk investor, instansi pemerintah, dan pihak terkait lainnya. Dalam proposal, akan dijelaskan rencana produksi, sumber daya yang dibutuhkan, dan manfaat yang diharapkan. Selain itu, proyek ini merupakan bagian dari program pengabdian kepada masyarakat, yang melibatkan mahasiswa dan tenaga pengajar perguruan tinggi, dengan tujuan mendukung pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat di Desa Cipaku.

Kata Kunci: Teknologi Informasi; Profil Desa Cipaku; Penggunaan Teknologi untuk Komunikasi Inovatif

Accepted: 2024-06-03

Published: 2024-07-30

PENDAHULUAN

Desa Cipaku, sebagai sebuah entitas yang merupakan bagian tak terpisahkan dari keberagaman masyarakat Indonesia, kini berhadapan dengan tantangan besar dalam mengikuti perkembangan era digitalisasi. Keadaan Desa Cipaku dapat dianggap kurang optimal dalam merespon dan memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh era digitalisasi, menyebabkan ketertinggalan dalam hal kemajuan teknologi dan komunikasi. Melihat kondisi ini, kami merasa perlu untuk merancang dan memproduksi video profil Desa Cipaku sebagai upaya untuk memberikan eksposur yang lebih baik terhadap potensi yang dimiliki oleh desa tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi dan digitalisasi telah membawa dampak signifikan di berbagai lapisan masyarakat. Desa-desa di seluruh dunia mulai memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan pelayanan publik, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Namun, Desa Cipaku masih terkendala oleh keterbatasan akses dan pemahaman terhadap perkembangan ini. Salah satu tantangan utama yang dihadapi Desa Cipaku adalah kurangnya infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi yang memadai.

Akses internet yang terbatas membuat masyarakat desa kesulitan untuk terhubung dengan dunia digital. Hal ini tidak hanya mempengaruhi pendidikan dan keterampilan masyarakat, tetapi juga menghambat perkembangan usaha kecil dan menengah yang ada di desa. Selain itu, pemahaman dan literasi digital di Desa Cipaku juga masih perlu ditingkatkan. Minimnya pengetahuan tentang potensi dan manfaat teknologi digital membuat masyarakat desa enggan untuk mengadopsi inovasi baru. Dalam konteks ini, pendekatan pendidikan dan pelatihan digital menjadi kunci untuk memberdayakan masyarakat setempat agar dapat memanfaatkan era digitalisasi dengan optimal.

METODE

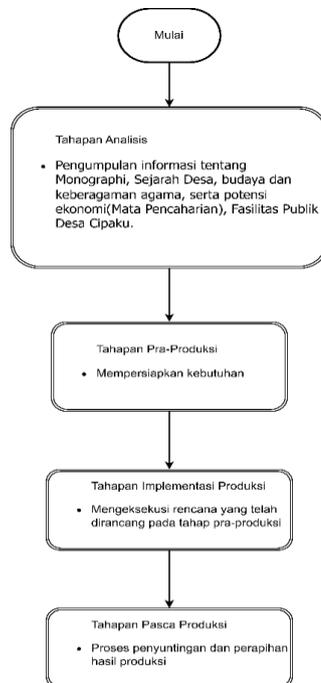
Metode observasi adalah pendekatan penelitian yang melibatkan pengumpulan data dengan mengamati perilaku, kejadian, atau fenomena secara langsung. Metode ini tidak melibatkan interaksi langsung dengan subjek atau partisipan, melainkan peneliti mengamati dan merekam apa yang terjadi di lapangan. Berikut tahapan Observasi :

Observasi (Pengamatan Secara Langsung)

Dengan mengunjungi responden yang akan ditinjau, observasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi. Untuk memulai, analisis sistem yang sedang berjalan atau digunakan serta gambaran umum tentang objek penelitian dilakukan.

Interview (Wawancara)

Salah satu metode untuk mendapatkan informasi adalah wawancara atau Interview digunakan untuk mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab secara terbuka dan langsung terhadap objek penelitian. Pada penelitian ini mewawancarai Kepala Desa Cipaku Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka.



Gambar 1. Metode Observasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan analisis : Tahap pertama dibutuhkan penelitian mendalam dan pengumpulan informasi tentang Monographi, Sejarah Desa, budaya dan keberagaman agama, serta potensi ekonomi(Mata Pencaharian), Fasilitas Publik Desa Cipaku. Perlu ditetapkan tujuan utama pembuatan video untuk mengarahkan fokus narasi, yang dapat berkisar dari peningkatan pariwisata hingga mempromosikan produk lokal. Analisis audiens target menjadi kunci dalam menyesuaikan gaya visual dan tone agar sesuai dengan ekspektasi mereka. Pemilihan cerita dan fokus menjadi langkah krusial, di mana tokoh atau kegiatan yang dipilih harus mampu mencerminkan keunikan dan daya tarik Desa Cipaku. Proses kreatif juga mencakup pemilihan lokasi, pengembangan naskah yang padat, serta penggunaan musik dan suara yang mendukung pesan video. Konsep visual, baik melalui sketsa atau storyboard, membantu merancang tata letak dan urutan adegan agar dapat memberikan dampak visual yang kuat. Selama produksi dan post-production, perhatian terhadap detail, elemen grafis, dan efek visual sangat penting. Terakhir, strategi pemasaran dan distribusi harus diterapkan agar video dapat diakses oleh audiens yang ditargetkan melalui berbagai platform online dan media sosial. Dengan demikian, melalui serangkaian tahapan ini, pembuatan video profil Desa Cipaku dapat berhasil menciptakan narasi yang informatif, menginspirasi, dan memikat.



Gambar 2. Foto tahapan analisis

Tahap Pra-Produksi : Tahap pra-produksi dalam pembuatan video profil Desa Cipaku memerlukan serangkaian persiapan yang matang sebelum memulai pengambilan gambar. Pertama-tama, penelitian dan pengumpulan informasi mendalam mengenai Monographi, Sejarah Desa, budaya dan keberagaman agama, serta potensi ekonomi(Mata Pencaharian), Fasilitas Publik Desa Cipaku. Selanjutnya, pembentukan tim produksi yang terampil dan berpengalaman adalah langkah penting untuk memastikan visi proyek dapat diwujudkan dengan baik. Pengembangan konsep dan ide menjadi fokus berikutnya, di mana cerita yang ingin disampaikan, tokoh yang akan muncul, serta gaya visual dan tone video dirumuskan. Pembuatan naskah atau outline menjadi panduan untuk pengambilan gambar, sementara perizinan dan izin dari pihak terkait harus diperoleh sebelumnya, memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan persyaratan lokasi. Penjadwalan produksi yang cermat dan pemilihan lokasi dengan persiapan yang matang menjadi langkah berikutnya, sebelum memilih peralatan yang sesuai untuk pengambilan gambar. Terakhir, pembuatan anggaran menjadi aspek penting dalam tahap pra-produksi, memastikan bahwa proyek memiliki sumber daya yang cukup untuk mencapai kualitas yang diinginkan. Dengan menjalani serangkaian tahap ini, proyek video profil Desa Cipaku dapat dimulai dengan persiapan yang kokoh dan terorganisir.



Gambar 3. Tahapan pra-produksi

Tahapan Implementasi Produksi : Tahap implementasi produksi Desa Cipaku melibatkan eksekusi rencana yang telah dirancang pada tahap pra-produksi. Tim produksi yang telah dipersiapkan dengan baik memulai pengambilan gambar sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, fokus utama adalah merealisasikan konsep dan ide yang telah diatur sebelumnya, dengan memastikan bahwa setiap adegan dan elemen visual sesuai dengan visi keseluruhan proyek. Sutradara memainkan peran penting dalam mengarahkan pemain, menentukan framing yang optimal, dan memastikan bahwa setiap adegan memiliki dampak yang diinginkan.



Gambar 4. Tahapan implementasi produksi

Tahapan terakhir Pasca Produksi : Tahap pasca produksi Desa Cipaku adalah momen krusial di mana materi yang telah diambil selama pengambilan gambar mengalami proses penyuntingan dan perapihan untuk menciptakan hasil akhir yang memukau. Tim produksi, bersama dengan editor, memulai langkah-langkah post-production dengan memilih adegan terbaik, menyusun urutan cerita, dan menyesuaikan efek visual sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Proses ini mencakup penggunaan musik, suara latar, dan elemen grafis yang mendukung pesan dan suasana yang ingin disampaikan. Keseluruhan materi direview secara cermat untuk memastikan bahwa kualitas visual dan audio mencapai standar yang diinginkan. Selanjutnya, evaluasi oleh pihak terkait dan pemangku kepentingan lokal dapat dilakukan untuk mendapatkan umpan balik yang berharga. Setelah mendapatkan persetujuan dan saran perbaikan jika diperlukan, video profil Desa Cipaku siap untuk didistribusikan kepada audiens yang ditargetkan. Melalui tahap pasca produksi yang teliti, Desa Cipaku dapat memiliki video profil yang mempresentasikan keindahan dan potensi desa secara maksimal, memperkuat citra positifnya dan memberikan dampak positif bagi promosi pariwisata dan pengenalan masyarakat lokal.



Gambar 5. Tahapan terakhir pasca produksi

KESIMPULAN

Proyek produksi video profil Desa Cipaku yang dirancang oleh perguruan tinggi merupakan langkah strategis untuk mempromosikan potensi desa dalam era digital. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, diharapkan video ini dapat menyoroti kekayaan potensi, keindahan alam, dan kehidupan masyarakat Desa Cipaku, sehingga dapat menarik minat investor, instansi pemerintah, dan pihak terkait lainnya. Proyek ini juga berfungsi sebagai media edukatif yang melibatkan mahasiswa dan tenaga pengajar dalam program pengabdian masyarakat, yang bertujuan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat setempat.

Proyek ini diharapkan dapat mengatasi beberapa tantangan utama yang dihadapi Desa Cipaku, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi serta rendahnya literasi digital masyarakat. Dengan adanya video profil ini, Desa Cipaku dapat memperoleh eksposur yang lebih luas, meningkatkan akses terhadap dunia digital, dan memperkuat pemahaman masyarakat tentang manfaat teknologi. Akhirnya, inisiatif ini diharapkan dapat membuka jalan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat Desa Cipaku melalui akses informasi yang lebih baik, peluang ekonomi yang lebih luas, dan pembangunan berkelanjutan yang berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Darmawan, Deden. (2018). "Peran Video Profil Desa dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Ciburial, Bandung Barat." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 193-204.
- Arifin, E. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmayanti, Euis & Kurniawan, Asep. (2019). "Strategi Sosialisasi dan Promosi Desa Wisata melalui Media Video Profil (Studi Kasus di Desa Wisata Cikadut, Kabupaten Bandung)." *Jurnal Dinamika Sosial dan Budaya*, 15(1), 1-12.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Haryanto, Sigit & Mulyana, Asep. (2017). "Pengembangan Video Profil Desa Wisata sebagai Media Promosi Desa Wisata Ciwidey, Kabupaten Bandung." *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Budaya*, 5(1), 71-80.
- Marlina, Euis & Supriatna, Asep. (2020). "Pemanfaatan Media Video Profil Desa dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Sindang Barang, Kabupaten Bandung." *Jurnal Abdimas UPI*, 3(1), 1-10.
- Nugroho, Dwi & Herlina, Euis. (2018). "Produksi Video Profil Desa Wisata Sindang Barang untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan." *Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Media*, 1(2), 1-10.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suprpto, Eddy. (2007). *Komunikasi Desa: Membangun Masyarakat Pedesaan yang Mandiri*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.