

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
26 November 2022, Hal. 1461-1468
e-ISSN: 2686-2964

Pelatihan *Video Content Creator* Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Kampung Wisata Purbayan

Bambang Robi'in¹, Arif Ardy Wibowo², Gibbran Prathisara³, Iis Suwartini³, Vera Yuli Erviana³

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan,
Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: Bambang.robiin@tif.uad.ac.id

ABSTRAK

Kampung wisata Purbayan memiliki potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata religi, wisata budaya dan sejarah, serta wisata kuliner. Berbagai tempat wisata tersebut memiliki daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Sayangnya, sampai saat ini masih sedikit wisatawan yang mengetahui dan mau berkunjung ke tempat-tempat wisata tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat masih belum banyak mengetahui tempat-tempat wisata di Purbayan. Berbagai kegiatan dapat dilakukan untuk menarik para wisatawan, salah satunya adalah dengan memproduksi dan menyebarkan konten video mengenai lokasi dan daya tarik wisata melalui sosial media sesuai dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat sekarang. Permasalahan yang dihadapi oleh pengurus kampung wisata Purbayan adalah kurangnya pemahaman dan ketrampilan para pengurus kampung wisata dalam membuat konten video yang berkualitas. Berdasarkan pada permasalahan tersebut maka perlu adanya kegiatan pelatihan *video content creator* bagi para pengurus dan pegiat kampung wisata Purbayan. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengurus kampung wisata Purbayan dalam membuat video dengan konten pariwisata di lingkungan Purbayan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode pelatihan secara *offline* dengan sasaran mitra yaitu pengurus kampung wisata Purbayan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 30-31 Juli 2022. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berjalan dengan baik dan memberikan luaran atau dampak meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan para peserta pelatihan mengenai pembuatan video konten pariwisata sebesar 37%. Dengan meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan tersebut, diharapkan produksi video dengan konten wisata akan terus meningkat.

Kata kunci: *Content Creator*, Kampung Wisata, Purbayan, Video, Pemasaran.

ABSTRACT

Purbayan tourism village has various tourism potentials, ranging from religious, cultural, historical and culinary tourism. These various tourist attractions have an attraction for domestic and foreign tourists. Unfortunately, until now, there are still few tourists who know

and want to visit these tourist spots. This is because people still do not know much about tourist attractions in Purbayan. Various activities can be carried out to attract tourists, one of which is by producing and distributing video content about locations and tourist attractions through social media in accordance with technological developments and people's lifestyles today. The problem faced by the management of the tourist village of Purbayan is the lack of understanding and skills of the management of the tourist village in making quality video content. Based on these problems, it is necessary to have video content creator training activities for administrators and activists of the Purbayan tourist village. The purpose of this service activity is to increase the knowledge and skills of the Purbayan tourist village administrators in making videos with tourism content in the Purbayan environment. This community service activity is carried out with an offline training method with the target of partners, namely the Purbayan tourist village administrator. This activity is carried out through the stages of socialization, training, and evaluation. The training activity was carried out on 30-31 July 2022. This community service activity has been going well and has provided an outcome or impact on increasing the knowledge and skills of the training participants regarding tourism content video creation by 37%. With the increase in knowledge and skills, it is hoped that the production of videos with tourism content will continue to increase.

Keywords: *Content Creator, Tourism Village, Purbayan, Video, Marketing.*

PENDAHULUAN

Kelurahan Purbayan berdiri pada tahun 1981 yang terbentuk dari empat Rukun Kampung (RK). Adapun RK tersebut antara lain RK Gedongan, RK Basen, RK Purbayan, dan RK Alun-Alun. Jumlah penduduk di Kelurahan Purbayan terdiri dari 10.176 jiwa (Erviana et al., 2021). Sektor pariwisata merupakan sektor yang diunggulkan dan diandalkan oleh pemerintah, karena diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, menjadi stimulus bagi perluasan kesempatan kerja, pemberdayaan ekonomi kerakyatan dan perluasan kesempatan berusaha (Rahmaningtyas et al., 2022).

Kampung wisata Purbayan memiliki potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata religi, wisata budaya dan sejarah, serta wisata kuliner. Berbagai tempat wisata tersebut memiliki daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Sayangnya, sampai saat ini masih sedikit wisatawan yang mengetahui dan mau berkunjung ke tempat-tempat wisata tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat masih belum banyak mengetahui tempat-tempat wisata di Purbayan. Berbagai kegiatan dapat dilakukan untuk menarik para wisatawan, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi internet dan sosial media.

Perkembangan teknologi internet saat ini telah berkembang dengan cepat dan mempengaruhi berbagai sektor baik kesehatan, pendidikan, bisnis, dan pariwisata. Teknologi ini telah mempengaruhi kebiasaan masyarakat Indonesia terutama dalam bidang bisnis dari yang semua berupa transaksi konvensional menjadi otomasi yang dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja. Di era globalisasi serta teknologi yang terus berkembang saat ini pemasaran dapat menerapkan suatu teknologi baru yang cepat dan mampu menjangkau konsumen secara global dalam waktu singkat dan dana yang tidak terlalu besar yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet (Wandanaya, 2012).

Saat ini konsumen di Indonesia lebih tertarik pada penggunaan media jual beli online. Hal ini tidak lepas dari salah satu kemudahan yang dimiliki dalam jual beli online salah satunya adalah adanya kemudahan dalam mencari informasi tentang produk, informasi ini didapat dari adanya review atau tanggapan yang telah diberikan oleh konsumen yang telah membeli produk tersebut (Auliya et al., 2017). Kemajuan teknologi memberi dampak yang dahsyat dalam pemasaran. Informasi tentang produk/jasa dapat dengan hitungan menit tersampaikan kepada calon konsumen, proses transaksi, proses pembayaran sampai pada pengiriman. Semua dapat

dilakukan tanpa harus bertemu atau bertatap muka antara pembeli dan penjual. Mengingat waktu sekarang ini menjadi hal yang penting, maka kemajuan teknologi dipandang membawa dampak positif, karena dapat menghemat waktu (Nikmah, 2017). Demikian juga pada bidang pariwisata, pengunjung melihat lebih dulu lokasi wisata dan mencari informasi dari ulasan yang telah diberikan pengunjung sebelumnya mengenai lokasi wisata tertentu sebelum wisatawan tersebut mengunjungi. Salah satu media online yang dapat digunakan sebagai media pemasaran adalah dengan memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagran dan saluran siaran video youtube.

Dalam rangka meningkatkan pemasaran tempur-tempat wisata di Purbayan, pengurus kampung wisata purbayan telah membuat akun-akun media sosial dan youtube sebagai saluran yang dapat digunakan untuk pemasaran dan meanarik minat calon wisatawan. Berbagai upaya telah dilakukaan oleh pengurus kampung wisata purbayan untuk dapat meningkatkan pemasaran wisata di purbayan. Upaya tersebut diantaranya adalah pembuatan paket wisata, pembuatan akun sosial media baik facebook maupun instagram, dan pembuatan saluran youtube.

Kegiatan pemasaran online melalui sosial media tidak cukup hanya dengan membuat akun saja. Salah satu faktor yang menentukan kesuksesan pemasaran online melalui sosial media adalah konten yang menarik. Konten pemasaran adalah metode untuk memperlancar pemasaran. Strategi pemasaran dengan membuat konten pemasaran dimulai dari perencanaan, pembuatan konten, dan pendistribusian konten yang mampu menarik pelanggan yang tepat, kemudian mendorong mereka untuk menjadi pelanggan (Oktarianti et al., n.d.). Meskipun pengurus kampung wisata purbayan telah memiliki akun pada berbagai sosial media dan saluran youtube tetapi konten yang diposting pada sosial media dan youtube masih sangat kurang. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman dan kemampuan para pengurus dan pegiat kampung wisata dalam membuat konten yang menarik.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul pelatihan *video content creator* sebagai upaya peningkatan pemasaran kampung wisata purbayan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan para pengurus dan pegiat kampung wisata dalam membuatn video sebagai konten pemasaran tempat wisata di Purbayan. Dengan meningkatnya kemampuan para pengurus dan pegiat kampung wisata ini, harapanya dapat meningkatkan konten-konten yang berkualitas sehingga menjadi media promosi untuk menarik wisatawan berkunjung ke Purbayan.

METODE

Solusi Permasalahan

Berdasarkan pada permasalahan mitra yang telah telah dijelaskan pada latar belakang masalah, maka solusi yang dapat diberikan kepada permasalahan mitra adalah kegiatan pelatihan *video cobtent creator*.

Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian kepada masyarkaati ini dilakukan dalam bentuk pelatihan. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 30 dan 31 Juli 2022. Lokasi kegiatan pengabdian ini di kelurahan Purbayan kemantren Kotagede Yogyakarta. Kegiatan di laksanakan di kantor kelurahan Purbayan yang berada di jalan kemas No. 39 A Yogyakarta.

Mitra Sasaran

Mitra kegiatan ini adalah pengurus kampung wisata Purbayan dan pegiat kampung wisata purbayan kelurahan Purbayan, kemantren Kotagede Kota Yogyakarta. Pengurus dan pegiat kampung wisata purbayan yang terlibat dan berperan aktif adalah sebanyak 10 orang.

Tahapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian pelatihan video conten creator sebagai upaya peningkatan pemasaran kampung wisata purbayan ini dilaksanakan dalam 4 tahap yaitu persiapan dan sosialisasi, kegiatan pelatihan, pendampingan dan evaluasi.

Persiapan dan sosialisai

Kegiatan persiapan dilakukan untuk mempersiapkan lokasi, bahan, dan peralatan-peralatan yang diperlukan seperti ruangan, lcd proyektor, kamera dan lain sebagainya. Kegiatan sosialisasi dilakukan agar mitra memahami pentingnya kegiatan dan apa yang menjadi tujuan dari kegiatan ini. Kegiatan persiapan dan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 30 Juni 2022.

Pelatihan

Kegiatan pelatihan *video content creator* dilaksanakan pada tanggal 30 dan 31 Juli 2022. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikand dan meningkatkan pemahaman mitra dalam pembuatan konten video sebagai media promosi destinasi/obejk wisata di Purbayan. Materi dalam pelatihan ini meliputi strategi pemasaran dengan membuat konten pemasaran dimulai dari perencanaan, pembuatan konten, dan pendistribusian konten.

Kegiatan pelatihan ini melibatkan 5 mahasiswa dan diikuti oleh 10 orang anggota dan pegiat kampung wisata Purbayan kelurahan Purbayan Kemantren Kotagede Kota Yogyakarta.

Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan materi yang disampaikan pada saat pealtihan dapat dipraktekan dengan baik. Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama 1 minggu yaitu tanggal 1 Agustus sampai dengan 7 Agustus 2022.

Evaluasi

Setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan tahap berikutnya adalah evaluasi. Kegiatan evaluasi ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah tujuan dari kegiatan tercapai atau tidak, selain itu juga dibahas mengenai rencana yang menjadi tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Ketrerlibatan Mahasiswa

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan mahasiswa sebanyak 5 orang dari program studi informatika, ilmu komunikasi, dan PGSD. Mahasiswa terlibat mulai dari persiapan, kegiatan pelatihan, dan pendampinga.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan *video content creator* sebagai upaya peningkatakn pemasaran kampung wisata Purbayan ini dilaksanakan pada tanggal 30 sampai denagn 31 Juli 2022. Kegiatan diikuti oleh pengurus dan pegiat kampung wisata purbayan sebanyak 10 orang. Dengan kegiatan pelatihan ini diharapkan para pengurus dan pegiat kampung wisata purbayan memiliki pemahaman dan pengetahuan yang baik dalam membuat konten video sebagai media promosi wisata di purbayan sehingga dapat menarik calon wisatawan untuk datang ke tempat-tempat wisata yang ada di Purbayan.

Tempat-tempat wisata di Purbayan saat ini masih sedikit pengunjung. Untuk meningkatkan pemasaran Kampung Wisata Purbayan, diperlukan sebuah upaya pembuatan konten media sosial yang akan menjadi capaian dalam Pelatihan *Video Content Creator*. Kampung Wisata Purbayan, sudah memiliki *YouTube Channel* sejak tahun 2021. Sejauh ini hanya memiliki 80 *subscribers* dan dengan jumlah tayangan yang masih sangat minim. Kurangnya konten yang ada di kanal YouTube ini karena masih kekurangan dari SDM pembuat

konten. Dengan adanya pelatihan *Video Content Creator* ini diharapkan nantinya akan banyak dibuat konten dan efeknya pada pemasaran Kampung Wisata Purbayan menjadi lebih baik.

Materi kegiatan pelatihan ini meliputi prinsip-prinsip konten creator, perencanaan konten, produksi konten, editing konten, dan publikasi konten. Kegiatan pelatihan diawali dengan *pretest* dan di akhiri dengan *posttest* untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pelatihan. Detil *timeline* pelatihan ini disajikan pada table 1 berikut ini.

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan *Video Content Creator*

No	Hari/Tanggal	Jam	Kegiatan
1	Sabtu, 30 Juli 2022	09.15 – 09.30 WIB	Pembukaan dan Pre Test
		09.30 - 10.30 WIB	Prinsip – Prinsip Content Creator
		10.30 – 12.00 WIB	Perencanaan Konten
		13.00 – 14.30 WIB	Produksi Konten
2	Minggu, 31 Juli 2022	09.00 – 10.30 WIB	Editing Konten
		10.30 – 12.00 WIB	Publikasi Konten
		13.00 – 14.00 WIB	Evaluasi dan Post Test

Kegiatan pelatihan *video content creator* dilaksanakan selama dua hari di aula kantor kelurahan Purbayan. Pemateri dari kegiatan ini adalah Arif Ardy Wibowo dan Gibbran Prathisara dari Tim Pengabdian LPPM Universitas Ahmad Dahlan. Kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar. Peserta pelatihan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini. Suasana kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Suasana Pelatihan *Video Content Creator*

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam bentuk pemaparan materi (teori) dan praktik langsung. Untuk mengukur apakah kegiatan ini berhasil sesuai dengan yang direncanakan maka kegiatan ini

dievaluasi dengan membandingkan *pretest* dan *posttest*. Daftar pertanyaan yang digunakan dalam kegiatan *pretest* dan *posttest* disajikan pada table 2 berikut ini.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Pretest dan Posttest

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban
1	Apa 3 elemen kunci <i>Content Creator</i>	A. <i>Right Content, Engaged Audience, Right Distribution Channel</i> B. <i>Great Content, Reach Audience, Good Channel</i> C. <i>Good Content, Monetization, Good Gear</i> D. <i>Passion, Content, Gear</i>
2	Apakah fungsi dari <i>Script</i> ?	A. Konten menjadi lebih laku B. Konten menjadi lebih rapi C. Konten menjadi lebih acak D. Konten menjadi lebih menarik
3	Sebuah ajakan untuk melakukan sebuah tindakan pada akhir video disebut dengan...	A. <i>Teaser</i> B. <i>Closing</i> C. <i>Call to Action</i> D. <i>Epilogue</i>
4	Pencahayaan dalam <i>Content Creation</i> , terdiri dari 3 jenis yaitu	A. <i>Key Light, Fill Light, Back Light</i> B. <i>Paramount Light, Side Light, Rim Light</i> C. <i>Main Light, Side Light, Fill Light</i> D. <i>Rembrandt Light, Loop Light, Rim Light</i>
5	Teknik pergerakan kamera ke arah depan dan belakang disebut dengan	A. <i>Pedestal</i> B. <i>Zoom</i> C. <i>Pan</i> D. <i>Dolly</i>
6	Sudut pengambilan gambar yang membuat kesan Objek lebih besar, digunakan teknik	A. <i>Eye Level View</i> B. <i>Bird Level View</i> C. <i>High Angle</i> D. <i>Low Angle</i>
7	Bagaimana cara membuat file baru di Kinemaster	A. <i>Create Project</i> B. <i>Create New</i> C. <i>Edit Project</i> D. <i>Get Project</i>
8	Apa saja syarat Monetisasi <i>Youtube Channel</i> ?	A. 100 <i>Subscribers</i> dan 400 Jam Tayang B. 1000 <i>Subscribers</i> dan 400 Jam Tayang C. 1000 <i>Subscribers</i> dan 4000 Jam Tayang D. 10.000 <i>Subscribers</i> dan 40.000 Jam Tayang
9	<i>Software</i> yang digunakan menganalisa pertumbuhan	A. <i>YouTube Engagement</i> B. <i>YouTube Analytics</i> C. <i>YouTube Statistic</i>

- YouTube Channel disebut dengan
- 10 Beberapa cara dapat digunakan untuk meningkatkan Engagement dan View, kecuali
- D. *YouTube Reach*
- A. *Thumbnail yang menarik*
 B. *Riset dan Analisis Keyword*
 C. *Optimasi Metadata*
 D. *Editing*

Berdasarkan kuisisioner diatas sebagai instrument untuk melakukan *pretest* dan *posttest*, perbandingan antara hasil *pretest* dan *posttest* merupakan indikator terjadinya peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta pelatihan. Hasil perbandingan antara *pretest* dan *posttest* disajikan pada table 3 berikut ini.

Tabel 3. Perbandingan Hasil Kuisisioner Pretest dan Posttest

No	Pertanyaan	Tingkat pemahaman Sebelum (%)	Tingkat pemahaman Setelah (%)
1	Apa 3 elemen kunci Content Creator	40%	90%
2	Apakah fungsi dari Script?	60%	90%
3	Sebuah ajakan untuk melakukan sebuah tindakan pada akhir video disebut dengan...	40%	90%
4	Pencahayaannya dalam Content Creation, terdiri dari 3 jenis yaitu	50%	90%
5	Teknik pergerakan kamera ke arah depan dan belakang disebut dengan	50%	90%
6	Sudut pengambilan gambar yang membuat kesan Objek lebih besar, digunakan teknik	40%	80%
7	Bagaimana cara membuat file baru di Kinemaster	40%	90%
8	Apa saja syarat Monetisasi Youtube Channel ?	70%	80%
9	Software yang digunakan menganalisa pertumbuhan YouTube Channel disebut dengan	60%	90%
10	Beberapa cara dapat digunakan untuk meningkatkan Engagement dan View, kecuali	50%	80%
Rata-Rata		50%	87%

Berdasarkan pada hasil evaluasi dari perbandingan skor antara *pretest* dan *posttest*, kegiatan pelatihan ini telah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta sebesar 37% dari semula 50% menjadi 87%. Peningkatan pemahaman peserta pelatihan ini telah menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan telah berhasil dilaksanakan dan sesuai dengan yang direncanakan.

SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Purbayan dengan tema Pelatihan *Video Content Creator* berjalan lancar dan penuh antusias dari peserta. Materi pelatihan terbagi menjadi 5 sesi yaitu: *Pre-Test* dan Prinsip – Prinsip *Content Creator*, Perencanaan Konten, Produksi Konten, Editing, dan Publikasi Konten, Post Test dan Evaluasi. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta pelatihan mengenai *Video Content Creator* sebesar 37%. Pelatihan ini juga telah menghasilkan konten video yang ditayangkan melalui kanal *youtube* dan *Instagram* sebagai media promosi sehingga meningkatkan jumlah *subscriber* dan jumlah tayangan. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari kegiatan pengabdian ini telah tercapai.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan dukungan dana dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Jurnal ABBANK*, 8 (1), 89–98.
- Erviana, V. Y., Bambang Robi'in, Iis Suwartini, & Arif Ardy Wibowo. (2021). Pelatihan Pementasan Virtual Seni Budaya Kelurahan Purbayan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal SOLMA*, 10(3), 510–517. <https://doi.org/10.22236/solma.v10i3.7904>
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Administrasi Dan Bisni*, 11(1), 47–56.
- Oktarianti, R., Setyati, D., Utami, E. T., & Suwandari, A. (n.d.). Marketing Strategy for Pottery Products in Kesilir Village-Wuluhan-Jember Regency by Digital Marketing Strategies to Overcome the Impact of the Covid-19 Pandemic. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM-Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya*, 5(1), 1628-1635.
- Rahmaningtyas, W., Widhiastuti, R., Purasani, H. N., Pangestu, A., & Rusdiana, R. (2022). Digital Marketing for Village Tourism. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1011–1015. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v4i2.1572>
- Wandanaya, A. B. (2012). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *CCIT Journal*, 5(2), 174–185. <http://ejournal.raharja.ac.id/index.php/ccit/article/view/220>