Kegiatan Pemetaan Potensi Desa dan Pembuatan Video Promosi Desa Petak Gianyar

I Made Bayu Wisnawa[1)], I Ketut Sutapa [2)], Luh Komang Candra Dewi [3)], Gde Herry Sugiarto Asana [4)], Dewiwati Sujadi [5)], Made Christin Dwitrayani [6)], I Dewa Ayu Tita Permata Tabita[7)], Widya Kristanti[8)], Valentien Natalya[9)], Wiga Wiratama[10)]

Universitas Triatma Mulya, Kabupaten Badung, Indonesia

E-mail : 20202411056@triatmamulya.ac.id 20202411054@triatmamulya.ac.id 20201414136@triatmamulya.ac.id

ABSTRAK

Desa Petak adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. . Desa Petak berada di bagian utara Kota Gianyar dengan jarak tempuh 20 menit atau sekitar 7 km dari Kota Gianyar. Desa Petak memiliki 6 Banjar yaitu, Banjar Benawah Kawan, Banjar Benawah Kangin, Banjar Bonnyuh, Banjar Madangan Kaja, Banjar Madangan Kelod dan Banjar Umah Anyar. Terdapat banyak potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Petak, dapat dikelompokkan sebagai berikut : wisata alam, wisata buatan, wisata alam, dan wisata kuliner. Pengabdian ini bertujuan untuk memetakkan desa sehingga penulis mengetahui batas-batas wilayah desa, serta membuatkan video promosi mengenai potensi wisata yang dimiliki. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat mewujudkan Desa Petak untuk semakin banyak dikenal oleh para wisatawan dan mudah untuk mengakses informasi mengenai Desa Petak

Kata kunci : Pemetaan Potensi Desa; Video Promosi; Potensi Wisata

ABSTRACT

Petak Village is a village located in Gianyar District, Gianyar Regency. . Petak Village is located in the northern part of Gianyar City with a distance of 20 minutes or about 7 km from Gianyar City. Petak Village has 6 Banjars, namely, Banjar Benawah Kawan, Banjar Benawah Kangin, Banjar Bonnyuh, Banjar Madangan Kaja, Banjar Madangan Kelod and Banjar Umah Anyar. There are many tourism potentials owned by Petak Village, can be grouped as follows: natural tourism, artificial tourism, natural tourism, and culinary tourism. This dedication aims to divide the village so that the author knows the boundaries of the village area, and makes promotional videos about its tourism potential. With this activity, it is hoped that it can realize Petak Village to be more widely known by tourists and easy to access information about Petak Village

Keywords: *Village Mapping; Promotional Video; Tourism Potential*

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi sebagai salah satu Lembaga Pendidikan yang berfungsi untuk melahirkan kualitas Sumber Daya Manusia yang kreatif serta inovatif. Salah satu bentuk untuk mewujudkan hal tersebut yaitu melalui pengabdian kepada masyarakat, dimana pada kegiatan

tersebut mahasiswa dapat terjun langsung ke lapangan dan berkontribusi secara langsung dan berkontribusi secara langsung melalui ide-ide yang dimiliki oleh mahasiswa. Serta kegiatan pengabdian merupakan salah satu langkah Universitas Triatma Mulya dalam mewujudkan visi Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Pengabdian masyarakat yang difasilitasi oleh perguruan tinggi adalah program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT). KKNT tahun ini bertema "Pengembangan Potensi Desa Berbasis Masyarakat Menuju *Smart Village*".

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) menurut (Zuliah, 2017) merupakan sebuah Pendidikan dengan memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk hidup diantara masyarakat dengan realitas kehidupan masyarakat dan secara langsung mengidentifikasi serta menangani masalah-masalah yang dihadapi. Program KKNT pada prinsipnya mengaplikasikan ilmu yang telah mahasiswa dapatkan di perguruan tinggi ditambah dengan pengalaman yang didapatkan kemudian di lapangan. Dengan adanya kegiatan KKNT bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup dalam bermasyarakat. Pada program KKNT tahun ini kelompok 8 dikirim ke Desa Petak Gianyar.

Desa Petak merupakan salah satu bagian dari wilayah Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, Bali. Desa Petak berada di bagian utara Kota Gianyar dengan jarak tempuh 20 menit atau sekitar 7 km dari Kota Gianyar, dan 90 menit atau sekitar 39 km dari Kota Denpasar. Desa Petak memiliki 6 Banjar yaitu, Banjar Benawah Kawan, Banjar Benawah Kangin, Banjar Bonnyuh, Banjar Madangan Kaja, Banjar Madangan Kelod dan Banjar Umah Anyar. Memiliki potensi wisata yang sangat besar dan memiliki ketertarikan serta ciri khasnya masing-masing, seperti wisata alam, wisata buatan, wisata budaya dan wisata kuliner. Besarnya potensi wisata tidak akan cukup jika tidak diimbangi dengan promosi, *branding* dan digitalisai untuk mengenalkan Daya Tarik Wisata Desa Petak. Untuk mempromosikan Desa Petak dengan berbagai potensi wisata yang dimiliki, mahasiswa melakukan pemetaan potensi desa dan membuat sebuah Video Promosi Desa.

Pemetaan Potensi Desa merupakan sebuah kegiatan memetakan potensi wisata apa saja yang dimiliki oleh desa serta Video Promosi Desa Petak merupakan sebuah video promosi yang berisikan semua Daya Tarik Wisata yang dimiliki oleh Desa Petak. Mahasiswa mengunjungi semua wisata alam, wisata kuliner, wisata budaya, dan wisata buatan untuk diambil videonya tanpa terkecuali. Dengan demikian, pembuatan video pemetaan dapat mengenalkan semua sisi Desa Petak yang bahkan orang lain belum pernah kunjungi. Dengan diadanya pengambilan video promosi desa diharapkan dapat membantu untuk mempromosikan Desa Petak dengan potensi wisatanya, sehingga Desa Petak semakin dikenal oleh para wisatawan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) berlangsung selama 6 minggu dimulai dari tanggl 05 Januari hingga 17 Februari 2024. Kegiatan Pemetaan dimulai dengan melakukan observasi ke Desa Petak khususnya daerah wisata, yang mana kegiatan observasi merupakan langkah awal dalam proses pemetaan potensi desa dan pembuatan video promosi. Observasi dilakukan di Desa Petak yang terdiri dari 6 banjar yaitu Banjar Benawah Kawan, Banjar Benawah Kangin, Banjar Bonnyuh, Banjar Madangan Kaja, Banjar Madangan Kelod dan Banjar Umah Anyar. Untuk mengetahui batas desa dan informasi terkait dengan wisata yang ada di masing-masing banjar, mahasiswa melakukan wawancara langsung dengan sekretaris desa. Dan Bersama teman-teman mahasiswa menggunakan metode observasi langsung mengelilingi banjar untuk mengetahui batas serta wisata yang ada.

Setelah memperoleh informasi mengenai batas dan Daya Tarik Wisata yang dimiliki, kemudian mahasiswa membuat jadwal kembali untuk melakukan pengambilan foto dan video untuk keperluan video promosi Desa Petak. Setelah terkumpulnya semua dokumentasi wisata, mahasiswa melakukan proses edit dan untuk video promosi akan ditampilan saat penutupan KKNT.

3. HASIL KEGIATAN

Keberhasian dalam Program kerja Pemetaan Potensi Desa dan Pembuatan Video Promosi di Desa Petak yaitu dengan adanya pemetaan potensi desa mengenai wisata yang dimiliki dan terwujudnya video promosi, video promosi yang dapat digunakan untuk mengenalkan Desa Petak dengan potensi wisata yang dimiliki. Dengan program pemetaan potensi desa maka ditemukan Wisata Alam : Air Terjun Toya Selaka, Beji Sudhamala, Tirtha Gunung Merta dan Tanah Mangsi, Wisata Buatan : Ukiran, Agro Wisata Puri Saron, Tas Anyaman Lontar, Pembuatan Virgin Coconut Oil (VCO), Wisata Kuliner : Lawar Babi Benawah, serta Wisata Budaya : Tari Topeng dan Tari Sang Hyang Dedari. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut terhadap 2 tahap yaitu tahap survey, tahap pelaksanaan.

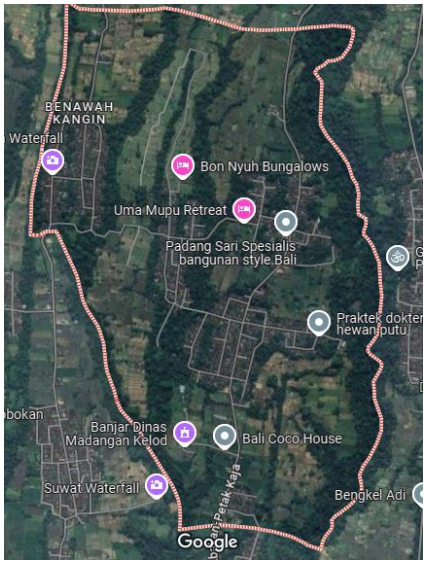
1. Tahap survey

   Kegiatan pemetaan dan pembuatan video promosi dimulai dengan observasi wilayah Desa Petak yang mana kegiaan ini merupakan langkah awal dapam proses pembuatan video promosi. Observasi dilakukan di Desa Petak yang terdiri dari 6 banjar yaitu Banjar Benawah Kawan, Banjar Benawah Kangin, Banjar Bonnyuh, Banjar Madangan Kaja, Banjar Madangan Kelod dan Banjar Umah Anyar. Untuk mengetahui informasi mengenai batas-batas wilayah dan wisata yang dimiliki, mahasiswa melakukan wawancara langsung dengan Sekretaris Desa. Penulis menandai batas-batas desa tersebut dengan bantuan google maps. Sehingga sebelum terjun kelapangan maka mahasiswa memiliki gambaran mengenai Desa Petak dan batasnya. Setelah itu mahasiswa langsung ke masing-masing banjar, bertemu dengan kelian banjar dan bantuan para warga kemudian melakukan survey ke masing-masing wisata yang terdapat di masing-masing banjar. Karena setelah mendapatkan data mengenai wisata tersebut, mahasiswa membuat daftar dan jadwal untuk melakukan pengambilan video promosi.

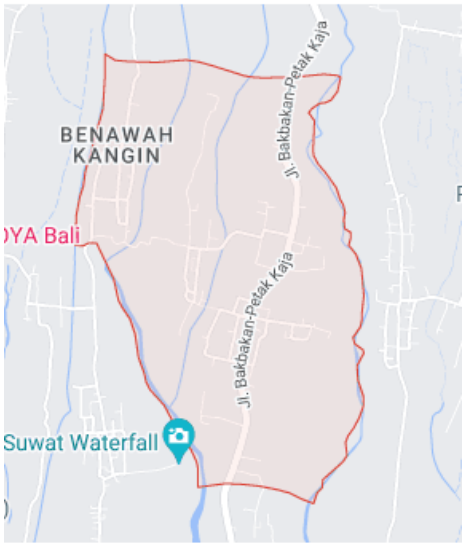
Gambar 1. Wawancara ke Kantor Desa Petak

2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yaitu tahap melakukan pengambilan foto dan video dokumentasi untuk video promosi, pengambilan video dimulai dari Banjar Benawah Kawan, Benawah Kangin, Madangan Kaja, Bonnyuh, Madangan Kelod dan yang terakhir Umah Anyar.



Gambar 2. Peta Satelit Desa Petak



Gambar 3. Peta Desa Petak

Pengambilan video dilakukan menggunakna handphone dan dilakukan selama 1 minggu untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Setelah merasa cukup dengan semua hasil dokumnetasi, dilanjtkan dengan proses *editing*. Proses editing dilakukan oleh mahasiswa dengan menggabungkan semua video wisata yang kemudian berisikan *voice over* yang berisikan sedikit informasi mengenai Desa Petak.

Setelah pembuatan video selesai, mahasiswa melakukan bimbingan dengan dosen dan perangkat desa terkait, setelah mendapatkan persetujuan, maka akan dilanjutkan untuk mendownload video kemudian akan ditampilkan saat penutupan KKNT, di *upload* pada Instagram KKNT Desa Petak serta akan diserahkan ke pada Desa Petak digunakan untuk mempromosikan Desa Petak. Kegiatan pemetaan potensi desa dan pembuatan video promosi dimulai dari minggu pertama untuk proses survey hingga minggu ketiga untuk penyelesaian editing dan persetujuan pihak terkait mengenai video.

Gambar 4. Air Terjun Toya Selaka

Gambar 5. Beji Sudhamala

Gambar 6. Tirtha Gunung Merta

Gambar 7. Tanah Mangsi

Gambar 8. Ukiran Warga Lokal

Gambar 9. Agro Wisata Puri Saron

Gambar 10. Tas Anyaman Lontar

Gambar 11. Pengelolaan VCO

Gambar 12. Tari Topeng

Gambar 13. Tari Sang Hyang Dedari

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Perguruan tinggi sebagai salah satu Lembaga Pendidikan yang berfungsi untuk melahirkan kualitas Sumber Daya Manusia yang kreatif serta inovatif. Salah satu bentuk untuk mewujudkan hal tersebut yaitu melalui pengabdian kepada masyarakat, dimana pada kegiatan tersebut mahasiswa dapat terjun langsung ke lapangan dan berkontribusi secara langsung dan berkontribusi secara langsung melalui ide-ide yang dimiliki oleh mahasiswa. Serta kegiatan pengabdian merupakan salah satu langkah Universitas Triatma Mulya dalam mewujudkan visi Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Pengabdian masyarakat yang difasilitasi oleh perguruan tinggi adalah program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT). Pada kesempatan kali ini, penulis berkesempatan untuk melakukan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Petak, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. Dengan temaa KKNT yaitu "Potensi Desa Berbasis Masyarakat Menuju *Smart Village*".

Berdasarkan pelaksanaan program kerja Pemetaan Potensi Desa dan Pembuatan Video Promosi di Desa Petak dilaksanakan mulai dari minggu pertama untuk survey hingga minggu ketiga untuk final editing dan persetujuan dari pihak terkait mengenai video promosi. Untuk pelaksanaan program kerja dibagi menjadi 2 tahapan yaitu tahap survey dan tahap pelaksanaan. Hasil dari video promosi akan di upload pada Instagram pribadi KKNT Desa Petak, ditampilan pada saat penutupan KKNT dan akan diserahkan kepada pihak Desa Petak.

4.2 SARAN

Setelah program kerja ini terlaksana, mahasiswa berharap agar para masyarakat Desa Petak dapat memanfaatkan dengan baik potensi wisata yang dimiliki dan perkembangan teknologi saat ini guna kelancaran suatu urusan pekerjaan dan perencanaan serta kemajuan desa.

DAFTAR PUSTAKA

Arya , N., Ambarwati, A. A., Akbar, F. H., Usman, A., Alwi, M. R., Karnay, S., & Akbar, M. (2022). Pemetaan di Desa Pancana Berbasis QR Code. 33-43.

Kholis, N., & Harianto, S. (2022). Respon Masyarakat Desa Terhadap Pelaksanaan Kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) Mahasiswa Di Desa Temandang Kecamatan Merakurak Kabupaten Tuban. 289-303.

Fatahillah, Y. F., Hanifah, A. R. I., & Astnu, A. A. (2020). Trend Pariwisata 2021. In W. Rusiawan (Ed.), Kemenparekraf/Baparekraf (1st ed., Vol. 1, Issue 1). Deputi Bidang Kebijakan Strategis, Kemenparekraf. https://www.kemenparekraf.go.id/pustaka/Buku-Tren-Pariwisata-2021

Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. Jurnal Destinasi Pariwisata, 7(1), 111. https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i01.p17

Ni Nyoman Arini, I Made Bayu Wisnawa, Putu Guntur Pramana Putra, & I Nengah Sandi Artha Putra. (2023). Promosi Desa Wisata Penglipuran Pasca Pandemi Covid–19 Melalui Festival Budaya Studi Kasus: Penglipuran Village Festival Ix. Pariwisata

Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya, 8(2), 176–189. https://doi.org/10.25078/pariwisata.v8i2.2841

Putu, B., Nirmala, W., Lavianto, S., Studi, P., Informasi, S., Studi, P., & Informasi, S. (2019). Pemanfaatan Digital Enabler. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer, Volume 5, 8–17. bagus.p.wahyu@gmail.com1) sephylavianto59@gmail.com2)

Rather, R. A., Hollebeek, L. D., & Islam, J. U. (2019). Tourism-based customer engagement: the construct, antecedents, and consequences. Service Industries Journal, 39(7–8), 519–540. https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1570154

Sari, E. L. P., & Widiyastuti, D. (2020). Peran Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Rejowinangun Kotagede Yogyakarta. Jurnal Bumi Indonesia, 9(1), 1–10. http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi/article/view/1153

Sotiriadis, M. (2020). Tourism Destination Marketing: Academic Knowledge. Encyclopedia, 1(1), 42–56. https://doi.org/10.3390/encyclopedia1010007

Wisnawa, I. M. B., Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). Brand dan E-Marketing Pariwisata (W. N. Cahyo (ed.); First). Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=NRF2EAAAQBAJ&pg=PR3&lpg=PR3&dq=brand+dan+e-marketing+pariwisata+bayu+wisnawa&source=bl&ots=DCVr1y0gmd&sig=ACfU3U1dvMKeC8uyXDlengDXP8LqgicdIQ&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi4xODXgbb5AhVWRmwGHaNoDUUQ6AF6BAgTEAM#v=onepage&q=brand

Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2020). Brand Loyalty Model in Balinese Village as an Art and Cultural Tourism Destination in National Rural Areas, Case Study on Wanagiri Kauh Village, Tabanan. Journal of Business on Hospitality and Tourism, 6(2), 269. https://doi.org/10.22334/jbhost.v6i2.243

Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2021). Manajemen Pemasaran Pariwisata-Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan (A. Y. Wati (ed.); First). Deepublish. https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran_Pariwisata_Pengembangan.html?id=ezcgEAAAQBAJ&redir_esc=y

Zuliah, S. (2017). Bulan Penuh Berkah Untuk KKN UAD. Yogyakarta : universitas Ahmad Dahlan.