

## PENGEMBANGAN DAN PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA KE PESONA ALAM DANAU TALANG

Robby Usman<sup>1\*</sup>, Widia Marta<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

[robbyusman1@gmail.com](mailto:robbyusman1@gmail.com)<sup>1</sup>

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Sumatera Barat memiliki wisata alam yang beragam, dari indahnya pegunungan hingga daerah tepian pantai. Salah satu daerah yang menjadi fokus dalam pengabdian ini ialah Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Daerah Kampung Batu, Kabupaten Solok, adalah rumah bagi pesona alam Danau Talang, sebuah destinasi wisata alam yang potensial namun belum sepenuhnya tergali. Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan dan merancang video promosi kreatif sebagai inisiatif pengabdian kepada masyarakat, dengan tujuan meningkatkan kunjungan wisata ke Danau Talang. Metode pengabdian dilaksanakan dengan proses pendampingan untuk merancang dan menciptakan video promosi dengan teknis melibatkan antara mitra yaitu Pokdarwis, masyarakat, dengan tim pengabdian. Tahap awal melibatkan survei dan identifikasi masalah terkait wisata Danau Talang. Selanjutnya, pengabdian ini akan bekerja sama dengan pengelola dalam mengumpulkan materi visual, cerita lokal serta merekam keindahan alam sekitar Danau Talang. Video ini mencakup pemandangan alam yang menakjubkan dan aktivitas wisata. Hasil dari pengabdian ini berupa video promosi kreatif yang bisa menjadi alat promosi Danau Talang kepada wisatawan. Persentase kunjungan di Danau Talang naik menjadi 40% dari bulan sebelumnya. Pengabdian ini memberikan kontribusi langsung dalam mendukung pengembangan pariwisata lokal, meningkatkan partisipasi komunitas dalam promosi pariwisata, dan pemerintah daerah dapat memajukan sektor pariwisata di daerah tersebut.

**Kata Kunci:** Danau Talang; Kabupaten Solok; Video Promosi; Wisata.

**Abstract:** West Sumatra boasts diverse natural attractions, ranging from majestic mountains to coastal areas. One of the areas of focus in this community service is Solok Regency, West Sumatra. The Kampung Batu area in Solok Regency is home to the natural beauty of Lake Talang, a potentially stunning tourist destination that has yet to be fully explored. This community service aims to develop and design a creative promotional video as a community service initiative, with the goal of increasing tourism visits to Lake Talang. The community service method involves collaboration between the service team, the local community, and the local government. The initial stage involves surveys and identifying issues related to tourism at Lake Talang. Subsequently, this community service will work with local stakeholders to gather visual materials, local stories, and capture the natural beauty surrounding Lake Talang. The video will showcase breathtaking natural landscapes and tourist activities. The outcome of this community service is a creative promotional video that can serve as a marketing tool for Lake Talang to attract tourists. This community service directly contributes to supporting local tourism development, enhancing community participation in tourism promotion, and enabling the local government to advance the tourism sector in the region.

**Keywords:** Solok Regency; Talang Lake; Tour; Video Promotion.



#### Article History:

Received: 12-09-2023

Revised : 09-10-2023

Accepted: 13-10-2023

Online : 01-12-2023



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## **A. LATAR BELAKANG**

Kabupaten Solok, Sumatera Barat, memiliki salah satu wisata alam yang sangat indah yaitu Danau Talang. Danau Talang dikelilingi oleh perbukitan dan perkebunan yang begitu indah (Hendrizal, 2023). Danau talang juga melekat dari sebuah gunung yaitu Gunung Talang (Azman et al., 2023). Pesona Alam Danau Talang ialah sebuah destinasi wisata alam yang menjanjikan, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi local (Hidayat et al., 2022). Sektor wisata sebenarnya telah menjadi salah satu sumber pendapatan ekonomi yang signifikan bagi pemerintah daerah dan Masyarakat setempat (Ichsan, Reza Nurul, 2022). Pengembangan sektor pariwisata dapat menjadi salah satu solusi untuk mengatasi berbagai tantangan ekonomi di wilayah ini (Andyko et al., 2022). Namun, salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya Upaya promosi yang efektif.

Dalam era digital saat ini di Indonesia khususnya, video promosi memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian (Latiep & Putri, 2023). Dalam kategori wisata, perhatian tersebut ialah perhatian wisatawan yang potensial. Perancangan video promosi wisata adalah suatu kegiatan promosi destinasi wisata yang disebarakan secara online atau digital (Hasyim et al., 2023). Video promosi merupakan alat promosi dalam memasarkan produk (Triana et al., 2023). Video mampu menyampaikan pesan dengan lebih menarik dan meyakinkan daripada media promosi lainnya (Suhendra et al., 2020). Sayangnya, hingga saat ini, Danau Talang masih minim memiliki materi promosi berupa video yang menarik dan informatif. Video promosi akan semakin menarik jika dalam video disertai lagu dalam hasilnya akhirnya (Andreana et al., 2023). Sehingga perlu adanya wacana untuk melakukan transformasi dalam media promosi dengan fokus mengembangkan video promosi.

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan mengembangkan dan merancang video promosi kreatif untuk Pesona Alam Danau Talang. Promosi yang dilakukan dengan media digital sangat diuntungkan oleh wisata Danau Talang (Syafrianto et al., 2023). Menciptakan video promosi di daerah destinasi wisata bertujuan mempengaruhi para wisatawan dating (Khairat et al., 2022). Video sama halnya dengan menggambar di kanvas, menciptakannya menggunakan perasaan (Putra, 2023). Danau Talang belum memiliki strategi yang baik karna kawasan tersebut belum dikenal dengan baik (Hidayat et al., 2022). Untuk itu melalui keterlibatan aktif komunitas lokal seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan pengelola wisata, pengabdian memiliki harapan untuk menciptakan video yang menggambarkan keindahan alam dan keunikan Danau Talang dengan cara yang menarik dan informatif. Hal ini dilakukan selain untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, juga diarahkan untuk memperdayakan komunitas setempat dalam proses perancangan video promosi Pesona Alam Danau Talang. Video promosi yang

efektif ialah dapat memindahkan perasaan kepada target pasar (Wiraseptya & Adinda, 2023).

Pentingnya pengembangan pariwisata yang berkelanjutan juga menjadi pertimbangan utama dalam pengabdian ini. Promosi Danau Talang harus dilaksanakan secara maksimal agar pengembangan Danau Talang bisa sesuai harapan (Alimuddin et al., 2022). Pengabdian ini berkomitmen untuk memastikan bahwa promosi pariwisata Danau Talang dilakukan dengan memperhatikan kelestarian lingkungan dan budaya setempat. Dengan demikian, pengabdian ini bukan hanya tentang meningkatkan kunjungan wisata, tetapi juga tentang bagaimana pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Masyarakat setempat dan alam sekitar sambil mempromosikan keindahan dan pesona Danau Talang ke seluruh dunia khususnya Indonesia.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Mitra yang bekerja sama dalam pengabdian ini ialah Pokdarwis Danau Talang. Pokdarwis (kelompok sadar wisata) di Desa Wisata Danau Talang fokus dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di Danau Talang. Proses pengabdian ini dilakukan dari tanggal 18 Juli – 16 Agustus 2023 dengan menguraikan beberapa tahapan metode dalam proses pembuatannya sebagai berikut:

1. Kerjasama dengan Komunitas Lokal

Tahap awal pengabdian ini tim pengabdian akan aktif berinteraksi dan berkolaborasi dengan pihak Pokdarwis dan pengelola wisata Danau Talang.

2. Survei Lokasi

Survei dilakukan untuk mengumpulkan data serta masukan dan pandangan dalam proses produksi video. Survei juga akan melakukan wawancara dengan dengan fokus pada pertanyaan pemahaman mereka tentang daya tarik Danau Talang, kebutuhan promosi dan potensi dampak positif dari peningkatan kunjungan wisata.

3. Pengumpulan Materi Visual

Tim pengabdian akan aktif dalam mengumpulkan materi visual, termasuk foto dan video, yang menggambarkan keindahan alam Danau Talang. Hal ini akan melibatkan fotografer dan videografer lokal yang memiliki pemahaman mendalam tentang destinasi wisata.

4. Perancangan Video Promosi

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dan materi visual yang dikumpulkan, tim akan merancang video promosi Pesona Alam Danau Talang. Ini akan mencakup pemilihan lokasi pengambilan gambar, narasi dan pesan yang akan disampaikan dalam video.

## 5. Produksi Video

Tahap ini melibatkan proses pengambilan gambar, pengeditan, dan produksi video promosi. Tim akan bekerja sama dengan ahli multimedia lokal untuk memastikan kualitas produksi yang tinggi.

## 6. Evaluasi dan Publikasi

Terakhir dalam proses pengabdian ini akan dilakukan evaluasi dalam proses perancangan video promosi dan mengatur cara teknis publikasi ke media sosial. Dalam proses evaluasi, akan di lihat faktor kunjungan yang terjadi setelah publikasi video Danau Talang. Hal ini akan melibatkan pemantauan *insight* serta analisis video setelah peluncuran video, serta umpan balik dari Pokdarwis dan pengelola wisata.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Danau Talang dilakukan dengan melibatkan Pokdarwis dan pengelola wisata Danau Talang. Dalam proses dilapangan yang dilakukan dari tanggal 18 juli – 16 agustus 2023 sebagai proses pengabdian gambar dan proses editing. Adapun bentuk kegiatan serta penjelasan yang dilaksanakan yang telah diuraikan dalam metode ialah sebagai Berikut:

### 1. Kerjasama

Dalam melakukan pengabdian dengan judul Perancangan video promosi Danau Talang, sudah melalui tahap diskusi dengan adanya kerjasama kedua belah pihak. Kerjasama ini nantinya diharapkan akan berlanjut dalam proses MoU (*Momerandum of Understanding*). Sebelumnya telah lebih dahulu mengajukan proposal kepada afiliasi dalam proses pengabdian ini.

### 2. Survei Lokasi

Destinasi Danau Talang terletak di Kecamatan Danau Kembar, tepatnya di Desa Batu Dalam. Danau Talang berada di dataran tinggi dikelilingi perkembunan penduduk dan Gunung Talang. Berikut gambar pintu masuk Danau Talang, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Pintu Masuk Danau Talang

### 3. Materi Visual

Materi visual merujuk pada elemen-elemen berbasis gambar yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang akan di produksi, seperti terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



**Gambar 2.** Danau Talang



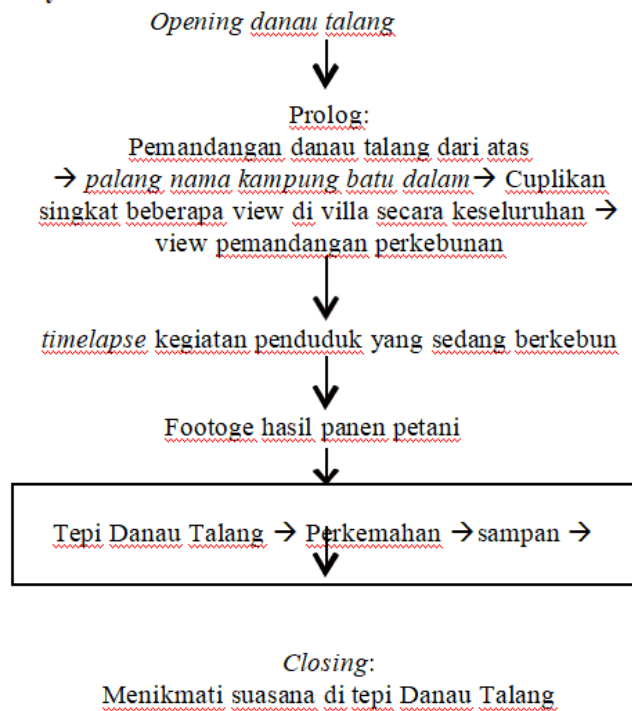
**Gambar 3.** Villa yang ada di Danau Talang

### 4. Perancangan

Proses perancangan dilakukan dengan membuat konsep. Dalam proses pengambilan gambar akan dilakukan pada waktu *golden moment* seperti pagi hari, sore hari dengan cuaca yang bagus. Kondisi dari objek yang diambil akan diutamakan keindahan alam yang masih baik dan cenderung sepi untuk menguatkan kesan alami. Beberapa tempat dan fasilitas yang mendukung akan ditampilkan sebagai kesiapan kegiatan pariwisata di Danau Talang, seperti terlihat pada Gambar 4.

## Proses Perancangan

### Storyline v



**Gambar 4.** Storyline

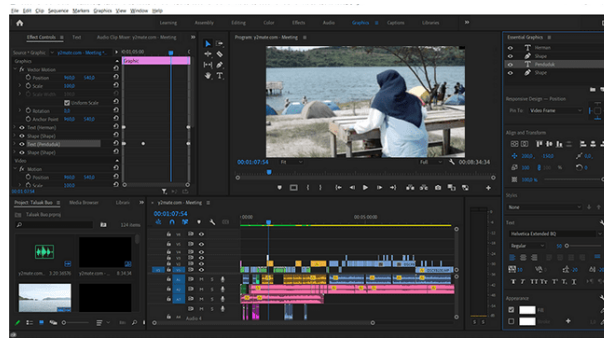
## 5. Produksi

Produksi adalah proses pengabdilan gambar di mana adegan dan elemen visual dari video direkam. Video di proses dengan menyesuaikan naskah dan konsep yang telah di rancang sebelumnya, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Proses Pengambilan Gambar

Gambar diatas adalah proses produksi pengambilan *footage* video, atau proses pengumpulan gambar video. Proses ini melibatkan 3 orang cameramen dengan peralatan kamera sony a7, gimbal mirrorless dan lighting, seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Editing

Setelah melakukan produksi pengumpulan *footage*, selanjutnya melakukan proses editing menggunakan software adobe premiere. Dalam pengerjaannya dilakukan dengan satu orang editor sampai tahap *rendering*, seperti terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Cuplikan Hasil

Proses hasil akan di review ulang untuk melihat tujuannya sudah tersampaikan atau belum. Jika dibutuhkan revisi, maka akan dilakukan editing kembali. Sehingga, hasil yang telah selesai akan dipublish pada media sosial youtube.

## 6. Evaluasi dan Publikasi

Dalam proses evaluasi video promosi Danau Talang dilakukan dengan proses berkelanjutan. Publikasi akan dilakukan penyebarannya melalui platform digital yang dikelola oleh Pokdarwis Danau Talang. Total pengunjung perbulan diluar dari hari libur nasional berkisar  $\pm 250$  orang dengan pengunjung umur 15-35 tahun. Kemudian bulan berikutnya mendapatkan peningkatan sebanyak 40%, menjadi  $\pm 350$  orang. Review peningkatan pengunjung harus selalu di cek agar menemukan dampak kenaikan kunjungan dari video tersebut, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel evaluasi

No	Aspek Evaluasi	Data Awal	Data Setelah Video
1	Jumlah Pengunjung	$\pm 250$	$\pm 350$
2	Presentase		40%

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan video promosi kreatif untuk Danau Talang di Kabupaten Solok, Sumatera Barat, telah berhasil menciptakan video yang menjadi promosi Pesona Alam Danau Talang. Selain itu, melibatkan komunitas lokal Pokdarwis dan pengelola wisata Danau Talang dalam pengembangan video ini juga memberikan pemahaman tentang pentingnya promosi pariwisata melalui digital. Pesan berkelanjutan dalam pengembangan wisata Danau Talang juga telah disampaikan dalam video ini. Keberhasilan tersebut dilihat dari review peningkatan 40% jumlah pengunjung dari bulan sebelumnya.

Untuk keberlanjutan pengabdian ini perlu menjaga dan meningkatkan dampak positif dari video promosi dan perlu harus memonitor dan mengevaluasi jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, mempertahankan keterlibatan komunitas lokal dalam upaya promosi wisata menjadi faktor penting. Diperlukan juga upaya untuk memperluas distribusi video promosi ke berbagai saluran media sosial dan platform online lainnya agar wisatawan potensial lebih banyak melihatnya.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Putra Indonesia YPTK Padang atas dukungan finansial yang telah diberikan untuk mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kami juga ingin mengucapkan penghargaan khusus kepada Pokdarwis Danau Talang yang telah berberan aktif dan dengan sukarela berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini. Terima kasih untuk semua yang telah berdedikasi dan bekerjasama dalam menciptakan video promosi Pesona Alam Danau Talang ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alimuddin, Dedi Supendra, Liza, M. S. R. (2022). PKM Inovasi Desa Wisata Kreatif Berbasis Sport Tourism di Kawasan Wisata Danau Talang , Nagari Kampung Batu Dalam , Kecamatan Danau Kembar , Kabupaten Solok PKM Innovation for Creative Tourism Villages Based on Sport Tourism in the Talang Lake Tourism Are. *Panrita Abdi LP2M Universitas Hasanudin*, 7(1), 91–98.
- Andreana, Angelika Gita; Aprianti Nurhidayah, Amelia, Ardianto Randa Bunga, Drista Putra Triadito, Rizal Pangestu, S. K. F. (2023). *Perencanaan Aset Video Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Wisata Kampung Malahing Bontang*. 4(2), 1089–1097.
- Andyko, M., Musthofa, M., Ansyorie, A., Aris, M., Suwarno, E., Ayu, V., Dewi, K., Amadea, A., Ira, N., Maharani, M., & Hasan, F. I. (2022). Media Informasi Signage System Di Kawasan. *Prosiding Hapemas*, 3(1), 189–195.
- Azman, H. A., Putri, S. L., & Sari, P. E. (2023). Strategi Pengembangan desa wisata dengan pendekatan Participatory Rural Appraisal ( PRA) pada Nagari Talang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(1), 140–152. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i1.745>
- Hasyim, M., Kuswarini, P., Promosi, P. V., Khas, K., Selatan, S., & Asing, W. (2023). *Perancangan Video Promosi Kuliner Khas Sulawesi*. 4(2), 2951–2958.



- Hendrizal. (2023). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 3(April), 52–63. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- Hidayat, A., Ananda, E. T., Ardiningrum, A., Fadhilah, A., Gunawan, M. R., Fachraeni, D., Asyanto, H., & Andini, Y. P. (2022). Pengembangan Wisata Danau Talang Melalui Perbaikan Sarana dan Prasarana Tahun 2021. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(1), 7–16. <https://doi.org/10.54082/jamsi.553>
- Ichsan, Reza Nurul, D. S. (2022). *Sosialisasi Pemberdayaan Aparatur Sipil Negara Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pariwisata Di Dinas Pariwisata Kota Medan*. 53(2), 19–24.
- Khairat, A., Politeknik, N., & Padang, N. (2022). Pemetaan Potensi Pengembangan Nagari Talang Babungo Kabupaten Solok Sebagai Destinasi Wisata Rural. *Padang*, 3(1), 11–22.
- Latiep, I. F., & Putri, A. R. F. (2023). *Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk*. 1(2), 1–6.
- N. Neni Triana, Afif Hakim, Muhamad Sayuti, Annisa Indah Pratiwi, L. R. K. (2023). *Pembuatan Video Promosi Kerupuk Aphe*. 2359–2371.
- Putra, A. W. (2023). *Kata Kunci: Model Alih Wahana, Puisi Berjalan ke Arahmu, Seni Pertunjukan Multimedia*. 7(April).
- Suhendra, A. D., Asworowati, R. D., & Ismawati, T. (2020). Strategi Pengembangan Objek Wisata. *Akrab Juara*, 5(1), 43–54. <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/919>
- Syafrianto, D., Permata Sari, A., Alimuddin, Chaeroni, A., & Arifan, I. (2023). Pengembangan Potensi Wisata Sport Tourism di Kawasan Wisata Danau Talang Kabupaten Solok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Olahraga Dan Kesehatan (Jaso)*, 2(2), 57–63. <https://doi.org/10.24036/jaso.v2i2.24>
- Wiraseptya, T., & Adinda, L. P. (2023). *Perancangan Video Promosi Cafe Aling Bao Menggunakan Teknik Short Movie*. 2, 31–35.