

## Produksi Video Profil Promosi Potensi Kalurahan Pacarejo

Taufik Hendarto<sup>1</sup>, Arya Sony<sup>2</sup>, Purno Tri Aji<sup>3</sup>, Rizky Hidayat Prasetyo<sup>4</sup>,  
Ahmad Nugroho Jati<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

### Corresponding Author

Nama Penulis: Taufik Hendarto

E-mail: [taufikhendarto@uny.ac.id](mailto:taufikhendarto@uny.ac.id)

### Abstrak

Promosi merupakan strategi penting dalam memperkenalkan potensi suatu daerah dan memperkuat identitas lokal. Kalurahan Pacarejo di Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki potensi alam, usaha mikro, dan seni budaya yang beragam. Namun, promosi terhadap potensi tersebut masih terbatas dan belum terdokumentasi dalam bentuk media digital yang menarik. Untuk mendukung upaya pengenalan potensi Kalurahan, tim pengabdian dari Departemen Teknik Elektro dan Elektronika, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Yogyakarta melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pembuatan video profil promosi. Kegiatan dilaksanakan melalui dua tahap, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Proses pelaksanaan meliputi dua tahap utama, yaitu perencanaan dan produksi video. Hasil akhir berupa video profil promosi berdurasi 4 menit 27 detik yang menampilkan potensi wisata alam, usaha mikro, serta seni budaya. Video profil promosi telah diserahkan kepada Kalurahan Pacarejo untuk digunakan sebagai media presentasi promosi. Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dari perguruan tinggi untuk memperkuat citra Kalurahan Pacarejo sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal yang kreatif dan berdaya saing.

**Kata kunci** - video profil promosi, kalurahan Pacarejo, wisata alam, usaha mikro, seni budaya

### Abstract

Promotion is an essential strategy for introducing the potential of a region and strengthening its local identity. Pacarejo Village, located in Semanu District, Gunungkidul Regency, Yogyakarta Special Region, possesses diverse potentials in natural resources, microenterprises, along with arts and culture. However, the promotion of these potentials remains limited and has not yet been documented in an engaging digital media format. To support the efforts of promoting the village's potential, a community service team from the Department of Electrical and Electronic Engineering, Faculty of Vocational Studies, Yogyakarta State University, conducted a community service activity in the form of producing a promotional profile video. The activity was carried out in two main stages: preparation and implementation. The implementation process consisted of two key phases, namely planning and video production. The final output was a 4-minute and 27-second promotional profile video showcasing the village's natural tourism, microenterprises, along with arts and culture. The promotional profile video has been handed over to the Pacarejo Village government to be used as a promotional presentation medium. This community service activity represents a tangible contribution from higher education institutions to strengthening the image of Pacarejo Village as a creative and competitive tourist destination based on local potential.

**Keywords** - promotional profile video, Pacarejo village, natural tourism, microenterprises, arts and culture

## PENDAHULUAN

Promosi merupakan salah satu strategi terpenting dalam memperkenalkan potensi suatu daerah. Dalam konteks pembangunan Kalurahan, media promosi tidak hanya berfungsi untuk menarik pengunjung, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat identitas lokal, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan membangun kemitraan eksternal (Abidin et al., 2022). Efektivitas pemasaran destinasi sangat bergantung pada penciptaan citra yang menarik dan autentik yang beresonansi dengan calon pengunjung (Hartanto & Tumimomor, 2024). Strategi kreatif dalam video promosi dapat menonjolkan keunikan destinasi, seperti keindahan alam dan budaya lokal, untuk menarik minat wisatawan. Di era digital, materi promosi berbasis video menjadi semakin relevan karena menggabungkan elemen visual dan audio, sehingga pesan dapat disampaikan dengan cara yang lebih efektif dan menarik dibandingkan media cetak tradisional (Mathory & Syahna, 2022). Video promosi wisata dapat meningkatkan jumlah pengunjung dengan menampilkan daya tarik destinasi secara visual, menciptakan pengalaman emosional yang mendorong kunjungan.

Kalurahan Pacarejo terletak di Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah ini dikenal memiliki bentang alam karst dengan sejumlah destinasi wisata seperti Telaga Jonge, Goa Jomblang, dan Goa Kalisuci. Selain keindahan alamnya, sebagian warga masyarakat Kalurahan Pacarejo menjalankan usaha mikro yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian lokal, diantaranya produksi kerajinan ecoprint, produksi jamu tradisional, pengolahan produk pangan seperti keripik tempe, serta industri kreatif berbasis furnitur dan kulit. Keberagaman sektor usaha tersebut mencerminkan dinamika ekonomi masyarakat yang adaptif terhadap potensi sumber daya lokal. Masyarakat juga mempertahankan warisan seni budaya diantaranya yaitu Jathilan, Reog Gagrak, Karawitan, Rasulan, yang masih aktif dilestarikan dan dilakukan oleh masyarakat setempat, sebuah praktik yang penting untuk mempertahankan identitas budaya di era modern (Tutik et al., 2021).

Meskipun potensinya signifikan, Kalurahan Pacarejo belum dikenal luas oleh masyarakat umum. Salah satu tantangannya adalah terbatasnya media promosi yang menampilkan aset Kalurahan. Upaya promosi sebelumnya masih terfragmentasi dan belum mampu menyampaikan gambaran holistik mengenai keindahan alam, identitas budaya, dan kegiatan ekonomi Pacarejo, sebuah permasalahan umum di destinasi yang belum memiliki strategi komunikasi pemasaran terpadu (Catyanadika et al., 2023). Kurangnya eksposur ini bisa menjadi salah satu penghambat peluang pengembangan pariwisata, daya tarik investasi, dan pemberdayaan masyarakat secara keseluruhan.

Sebagai salah satu upaya meningkatkan citra dan daya tarik berbagai potensi suatu daerah dapat diinisiasi produksi video profil promosi (Desrianti et al., 2021; Fadilah, 2022; Semara et al., 2023). Video promosi yang dirancang dengan baik dapat menonjolkan potensi wisata, seperti alam dan seni budaya, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan menarik wisatawan ke daerah yang kurang dikenal. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah mendukung Kalurahan Pacarejo dalam memperkuat citra daerah melalui pembuatan video profil promosi yang menampilkan potensi wisata alam, usaha mikro, seni budaya. Kegiatan pengabdian ini merupakan bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendampingi masyarakat untuk menggunakan video profil promosi untuk memperkuat daya tarik dan citra Kalurahan. Video profil promosi diharapkan dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti promosi wisata, dan presentasi investasi. Pada akhirnya, video ini dirancang tidak hanya untuk mempromosikan Kalurahan Pacarejo, tetapi juga untuk memperkuat identitas masyarakat (Sari, 2024).

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di wilayah Kalurahan Pacarejo, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul. Adapun metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan kegiatan.

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pihak Kalurahan Pacarejo di hari pertama untuk menetapkan tujuan kegiatan, konsep video, serta rencana lokasi perekaman video untuk menentukan objek visual yang paling representatif. Penyusunan konsep

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dilakukan secara kolaboratif agar pesan yang disampaikan dalam video sesuai dengan harapan pemerintah Kalurahan Pacarejo. Tahap ini memastikan bahwa konten video tidak hanya menonjolkan aspek visual, tetapi juga memperkuat identitas dan nilai seni budaya lokal. Wawancara dengan Kepala Kalurahan Pacarejo Bapak Suhadi dilakukan untuk menggali pesan-pesan kunci yang ingin disampaikan dalam video.

Tahap pelaksanaan yaitu produksi video profil promosi yang menampilkan potensi wisata, kegiatan ekonomi masyarakat, serta seni budaya Kalurahan Pacarejo. Proses perekaman video dilakukan selama empat hari di berbagai lokasi. Setelah itu dua hari untuk proses pascaproduksi penyuntingan video. Hari kedua difokuskan pada perekaman video wisata alam seperti Goa Jomblang, Telaga Jonge, dan kawasan Agrowisata Jowinantang menggunakan drone untuk mendapatkan perspektif udara yang menarik. Hari berikutnya diarahkan pada perekaman aktivitas usaha mikro seperti produksi keripik tempe, jamu tradisional, serta kerajinan ecoprint, industri furnitur dan kulit. Pada bagian akhir produksi, tim mendokumentasikan seni budaya, diantaranya yaitu Jathilan, Reog Gagrak, Karawitan, Rasulan dan situs Candi Dengok.

Setelah proses perekaman video selesai, dilakukan penyusunan dan penyuntingan visual dengan memperhatikan kesesuaian narasi, transisi antar adegan, dan penambahan musik latar yang memperkuat suasana. Hasil akhir video profil promosi kemudian diserahkan kepada pemerintah Kalurahan Pacarejo untuk digunakan sebagai media presentasi promosi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian menghasilkan produk berupa video profil promosi Kalurahan Pacarejo berdurasi 4 menit 27 detik yang menampilkan berbagai potensi lokal yang menonjolkan tiga pilar utama potensi yaitu potensi alam, usaha mikro, dan seni budaya. Persiapan dilakukan di hari pertama, yaitu koordinasi dan wawancara dengan Kepala Kalurahan Pacarejo Bapak Suhadi dilakukan untuk menggali pesan-pesan kunci yang ingin disampaikan dalam video.



**Gambar 1.**

Persiapan Pembuatan Video Profil Promosi dengan Kepala Kalurahan Pacarejo

Pada hari kedua, dilakukan perekaman video potensi wisata alam, diantaranya yaitu: Goa Jomblang, Goa Kalisuci, Telaga Jonge, dan Kawasan Agrowisata Jowinantang menggunakan rekaman drone udara untuk menangkap pemandangan indah dari atas, dapat dilihat pada Gambar 2 sampai Gambar 5.



**Gambar 2.**

Goa Jomblang



**Gambar 3.**  
Goa Kalisuci



**Gambar 4.**  
Telaga Jonge



**Gambar 5.**  
Kawasan Agrowisata Jowinantang

Pada hari ketiga, dilakukan perekaman video potensi usaha mikro, diantaranya yaitu keripik tempe, jamu tradisional, kerajinan ecoprint, kerajinan furnitur, dan kerajinan kulit dapat dilihat pada Gambar 6 sampai Gambar 9.



**Gambar 6.**  
Usaha Mikro Produksi Keripik Tempe



**Gambar 7.**  
Usaha Mikro Produksi Jamu Tradisional



**Gambar 8.**  
Usaha Mikro Produksi Kerajinan Ecoprint



**Gambar 9.**  
Usaha Mikro Produksi Kerajinan Furnitur



**Gambar 10.**  
Usaha Mikro Produksi Kerajinan Kulit

Pada hari keempat, dilakukan perekaman narasi oleh Kepala Kalurahan Pacarejo, Bapak Suhadi, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 10. Kemudian dilanjutkan perekaman video potensi seni dan budaya, diantaranya yaitu Jathilan, Reog Gagrak, Karawitan, Rasulan dan situs Candi Dengkok dapat dilihat pada Gambar 11 sampai Gambar 16



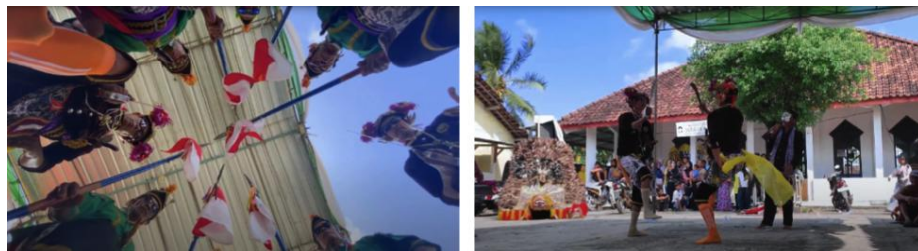
**Gambar 11.**

Narasi Bapak Suhadi selaku Kepala Kalurahan Pacarejo



**Gambar 12.**

Seni Budaya Jathilan



**Gambar 13.**

Seni Budaya Reog Gagrak



**Gambar 14.**

Seni Budaya Karawitan



**Gambar 15.**

Seni Budaya Rasulan



**Gambar 16.**  
Situs Candi Dengok

Pada hari ke-5, proses penyuntingan awal dimulai, di mana semua rekaman yang dikumpulkan dari hari ke-2 hingga ke-4 digabungkan. Penyuntingan disusun berdasarkan alur cerita, menyelaraskan visual dengan narasi awal. Pada hari ke-6, proses dilanjutkan dengan revisi dan finalisasi. Tahap ini meliputi pengintegrasian rekaman tambahan, koreksi warna, penambahan latar belakang suara yang sesuai, dan penyesuaian elemen grafis. Selanjutnya, tim melakukan revisi berdasarkan beberapa masukan saran, kemudian produk video final disampaikan kepada Kalurahan Pacarejo.

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pembuatan media promosi berbasis video memiliki peran penting dalam memperkenalkan potensi daerah. Video profil mampu menjadi sarana informasi dan promosi yang efektif dalam menunjang eksistensi desa (Rosyidah, 2024). Dalam konteks di Kalurahan Pacarejo, video ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai dokumentasi identitas lokal.

Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan gambar memberikan dampak sosial yang positif. Warga merasa bangga karena potensi desanya diangkat dan dipublikasikan dengan cara profesional. Hal ini sejalan dengan pandangan Maliq et al. (2022), bahwa media promosi berbasis partisipasi masyarakat dapat memperkuat rasa memiliki dan memperluas jangkauan informasi ke publik.

Produksi video profil promosi dalam kegiatan pengabdian masyarakat oleh Dosen mencerminkan sinergi antara keilmuan vokasi dan kebutuhan masyarakat. Video yang dihasilkan bukan sekadar produk visual, tetapi juga simbol kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam mengembangkan potensi daerah. Video berdurasi 4 menit 27 detik tersebut kini digunakan dalam berbagai kegiatan promosi profil Kalurahan Pacarejo. Pemanfaatan media digital ini diharapkan dapat meningkatkan eksposur Kalurahan Pacarejo sebagai destinasi wisata potensial di wilayah Gunungkidul.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kalurahan Pacarejo berhasil menghasilkan video profil promosi berdurasi 4 menit 27 detik yang menampilkan potensi alam, usaha mikro, dan seni budaya. Kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menghasilkan media promosi yang informatif dan berdaya guna. Produk video yang dihasilkan telah digunakan oleh pemerintah Kalurahan Pacarejo sebagai media promosi resmi dalam memperkenalkan potensi daerah kepada publik. Kegiatan ini mendukung upaya peningkatan citra Kalurahan Pacarejo sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal yang kreatif dan berdaya saing.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Negeri sebagai pemberi dana atas berjalannya kegiatan pengabdian kami.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi

- Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36276/jap.v3i1.292>
- Catyanadika, P.E., Nurfauziah, Sutrisno, Pradana, H.A., Panuntun, B. & Suratman, A. (2023). Upaya Penguatan Eksistensi Kampung Wisata Purbayan, Kotagede, D.I.Yogyakarta: Strategi Branding Video Profil Dan Vlog. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 4(1): 356-364. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2407>
- Desrianti, D., Wandanaya, A., & Iryanto, D. (2021). Media Video Dokumenter Kampung Pink Sebagai Penunjang Promosi Wisata Kota Tangerang. *Semnas Corisindo*, 1(1), 9. 154. <https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/corisindo/article/view/2265>
- Fadilah, R. Y. N. (2022). Perancangan video promosi pariwisata Kabupaten Jembrana. *Journal of Language, Literature and Arts*, 2(8), 1095–1110. <https://journal3.um.ac.id/index.php/fs/issue/view/152>
- Hartanto, E. A., & Tumimomor, A. Y. M. (2024). Strategi kreatif menarik wisatawan melalui video promosi di desa wisata. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 3(2), 129–146. <https://doi.org/10.24246/itexplore.v3i2.2024.pp129-146>
- Maliq, A. A., Adriansyah, M. A., Pramana, D., Safari, C., & Khairullah, K. (2022). Pembuatan Video Pariwisata Sebagai Sarana Promosi Dan Pengenalan Wisata Yang Ada Di Kota Bengkulu. *JUKOMIKA (Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika)*, 5(2), 91–97. <https://doi.org/10.54650/jukomika.v5i2.444>
- Mathory, E. A. S., & Syahna, S. (2022). Dampak video promosi objek wisata pada peningkatan pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 4(2), 105–119 <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/522>
- Rosyiidah, R. (2024). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2528–2534. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i7.1270>
- Sari, R. J. (2024). Optimalisasi pemanfaatan video sebagai alat promosi pariwisata. *Sewagati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (2), 1–9. <https://doi.org/10.59819/sewagati.v3i2.4413>
- Semara, I. M. T., Arcana, K. T. P., & Candrawati, N. L. P. A. (2023). Video branding untuk promosi Taman Kumbasari sebagai destinasi wisata. *Sewagati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (2), 60–67. <https://doi.org/10.59819/sewagati.v2i2.3131>
- Tutik, T., Krisnatalia, H., Satato, Y. R., Solichoel, S., & Hadi, S. (2021). Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 973–980. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.4900>