

Pembuatan Video Komunikasi Pelayanan Publik Pada Destinasi Wisata Pulau Kenawa kabupaten Sumbawa Barat

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes¹, Novita Listyanigrum², Putra Gabriel Pinot³, Fardeen Rafiif Ali⁴, Ni kadek Ayu Mila⁵

^{1,3,4,5}Prodi Ilmu Komunikasi, FHISIP, Universitas Mataram, Kota Mataram

²Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas 45 Mataram, Kota Mataram

e-mail: yulandatrisula@unram.ac.id

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu Pokdarwis Bua Lawah dalam mengisi konten dalam media sosial terkait komunikasi pelayanan public pada destinasi Pulau Kenawa. Lingkup kegiatan pengabdian dalam pembuatan video ini adalah anggota Pokdarwis dan destinasi wisata Pulau Kenawa. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu: (1). Pra produksi yang dilakukan beberapa Langkah seperti sosialisasi kegiatan pengabdian, analisa kebutuhan, dan koordinasi internal untuk menyusun perencanaan pembuatan video; (2). Produksi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data di lapangan berupa konten video, kemudian hasil tersebut dilakukan proses editing; (3). Sosialisasi hasil video dilakukan di hadapan Pokdarwis sebagai penerima manfaat. Hasil pengabdian yang telah dilakukan adalah telah terlaksana sesuai dengan jadwal dan storyboard yang sudah dirancang oleh tim pengabdian. Kebaruan dari kegiatan pengabdian ini adalah telah terpenuhinya konten video komunikasi pelayanan public yang sebelumnya belum ada di media social Pokdarwis Bua Lawah. Tentunya hasil pengabdian ini menjadi berarti bagi Pokdarwis Bua Lawah karena pokdarwis sebagai mitra penerima manfaat dapat memakai hasil video ini untuk menunjukkan kepada public bahwa Pokdarwis Bua Lawah dapat memberikan pelayanan yang baik untuk wisatawan yang datang berkunjung ke destinas Pulau kenawa.

Kata kunci— Komunikasi Pelayanan Publik, Desa Wisata, Pulau Kenawa, Pokdarwis

Abstract

The purpose of this community service is to assist Pokdarwis Bua Lawah in filling content in social media related to public service communication at the Kenawa Island destination. The scope of community service activities in making this video is Pokdarwis members and the Kenawa Island tourist destination. The implementation method is carried out through three stages, namely: (1). Pre-production which is carried out in several steps such as socialization of community service activities, needs analysis, and internal coordination to prepare video production plans; (2). Production is carried out by collecting data in the field in the form of video content, then the results are edited; (3). Socialization of the video results is carried out in front of Pokdarwis as beneficiaries. The results of the community service that have been carried out have been implemented according to the schedule and storyboard that have been designed by the community service team. The novelty of this community service activity is that the public service communication video content has been fulfilled which previously did not exist on Pokdarwis Bua Lawah's social media. Of course, the results of this service are meaningful for Pokdarwis Bua Lawah because Pokdarwis as a beneficiary partner can use the results of this video to show the public that Pokdarwis Bua Lawah can provide good service for tourists who come to visit the Kenawa Island destination.

Keywords— Public Service Communication, Tourism of Village, Kenawa Island, Community Based Tourism

1. PENDAHULUAN

Pulau Kenawa yang terletak di Desa Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat merupakan kawasan

destinasi yang menyuguhkan keindahan panorama pulau kecil beserta terumbu karang di bawah laut. Pokdarwis Bua Lawah mengelola destinasi yang di Kawasan Gili Balu (gugusan 8 pulau) menjadikan Pulau Kenawa sebagai tujuan wisatawan untuk

melakukan kunjungan. Pokdarwis Bua Lawah memiliki mesia sosial untuk mempublikasikan kegiatan yang ada di Desa Wisata Poto Tano. Namun, media sosial yang dimiliki sebagian besar mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk menunjang aktivitas Pokdarwis Bua Lawah. Tim pengabdian tidak menemukan konten yang khusus untuk menunjukkan pelayanan yang diberikan ketika memperkenalkan destinasi wisata Pulau Kenawa kepada publik. Oleh sebab itu, tim pengabdian berupaya untuk mengisi kekosongan konten agar dapat dimanfaatkan oleh Pokdarwis Bua Lawah dalam menunjukkan pelayanan yang diberikan Pokdarwis Bua Lawah untuk destinasi wisata Pulau Kenawa. Desain pemecahan masalah yang telah dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat adalah membuat video komunikasi pelayanan public yang ditampilkan oleh pokdarwis Bua Lawah. Tujuan kegiatan yang sudah dilakukan oleh tim pengabdian ini adalah untuk membantu Pokdarwis Bua Lawah dalam mengisi konten di media sosialnya terkait komunikasi pelayanan publik.

Pengabdian kepada masyarakat dengan topik pengambilan konten video banyak dilakukan oleh beberapa peneliti. PkM yang dilakukan oleh Satria, et al (2022) bertujuan untuk mengedukasi peserta untuk membuat video melalui aplikasi filmora. PkM yang dilakukan oleh Pradana dan Darmatraseta (2021) bertujuan untuk pembuatan konten UMKM yang diunggah ke media social. sedangkan pada PkM kali ini berupaya untuk membuat konten video promosi yang melibatkan Pokdarwis Bua Lawah untuk menjelaskan kondisi destinasi yang ada di Pulau Kenawa dengan konsep sinematik.

Komunikasi pelayanan public merupakan implemmentasi komunikasi dalam mendukung pelayanan yang unggul untuk konsumen suatu organisasi agar dapat menghasilkan ikatan saling pengertian yang serasi, sehingga dapat menunjang tujuan organisasi (Saleh, 2014; Nasaban et al., 2023). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh komunikator dapat menentukan keputusan konsumen dalam mengambil tindakan untuk melakukan kunjungan destinasi ke obyek wisata (Akhrani & Cahyaningsih, 2024). Komunikator menjadi poros utama dalam penyampaian pesan (Putri & Rosilawati, 2020). Oleh sebab itu, komunikator menjadi kontribus yang sangat berarti dalam mengatur alurnya komunikasi, sehingga seorang komunikator memiliki kepercayaan dan daya tarik (Cangara dalam Hardiyansyah, 2015).

Komunikasi pelayanan public memiliki prinsip dalam melaksanakan aktivitasnya menurut Saleh (2014) sebagai berikut:

1. setiap aktivitas dalam menjalankan pelayanan berpeluang komunikasi.

2. komunikasi antara organisasi dengan public melalui aktivitas komunikasi
3. Tujuan komunikasi adalah mempengaruhi, mendominasi pendapat, mengajak kolaborasi.
4. Komunikasi memberikan maksud dari setiap komunikasi yang terjadi mutual understanding dan relasi yang saling menguntungkan
5. Semakin erat hubungan psikososial individu/organisasi terhadap kepentingan/keperluan customer, semakin lancar aktivitas komunikasi yang dijalankan.

Pokdarwis sebagai komunikator dalam mengimplementasikan komunikasi pelayanan public sebagai bentuk dari pelayanan prima (Firdausi et al., 2024; Widiana et al., 2024). Pelayanan prima menurut Maddy (2010) dalam Rohman (2012) adalah pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Pokdarwis dalam memberikan pelayanan prima bertujuan agar customer merasa puas terhadap produk desa wisata mengacu kepada beberapa prinsip sebagai berikut (Saleh,2014):

1. Memahami customer
2. Membuat mengerti semua layanan Perusahaan
3. Menciptakan kesan positif
4. Senantiasa menggunakan kata-kata positif
5. Mempertahankan yang sudah baik dan terus melakukan perbaikan

Berdasarkan kajian Pustaka tersebut menjadi dasar tim pengabdian dalam melakukan kegiatan pembuatan video komunikasi pelayanan public pada destinasi Pulau Kenawa Desa Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat. Hasil pengabdian ini dapat bermanfaat bagi Pokdarwis Bua Lawah untuk bisa menunjukkan pelayanan public yang ditampilkan melalui video untuk bisa dipublikasikan melalui media sosial pokdarwis.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dirancang dalam bentuk pembuatan konten video komunikasi pelayanan public destinasi Pulau Kenawa Desa Poto Tano kabupaten Sumbawa Barat. Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pokdarwis Bua Lawah karena tim pengabdian membuat video untuk menunjukkan pelayanan yang dilakukan oleh pokdarwis. Hasilnya kemudian diunggah dalam media social pokdarwis untuk bisa dilihat oleh public. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Kegiatan pra produksi yang telah dilakukan tim pengabdian adalah sebagai berikut: (1). Tim pengabdian telah melakukan sosialisasi kepada

pihak Pokdarwis Bua Lawah untuk menjelaskan maksud dan tujuan pelaksanaan pembuatan konten komunikasi pelayanan public; (2). Setelah sosialisasi, tim pengabdian melakukan analisa kebutuhan dalam pembuatan konten. Analisa kebutuhan ini berdasarkan hasil wawancara dengan ketua Pokdarwis Bua Lawah dan orientasi lapangan; (3). Tim pengabdian melakukan pertemuan internal untuk mendiskusikan hasil temuan di lapangan, yang selanjutnya menyusun kebutuhan produksi selama di lapangan

2. Produksi

Tim pengabdian mulai mengumpulkan konten selama di lapangan. Data-data diperoleh berdasarkan storyboard yang telah disusun untuk mendapatkan konten yang optimal. Setelah mengumpulkan data-data tersebut, hasil dokumentasi dilakukan proses editing oleh mahasiswa. Mahasiswa membantu tim pengabdian dalam pengambilan data, proses editing, serta penyesuaian pengisi suara dengan konten yang telah dikumpulkan

3. Sosialisasi Hasil

Video yang telah melalui proses editing, selanjutnya dilaksanakan kegiatan pemaparan atau sosialisasi hasil. Pada kegiatan sosialisasi, dihadiri oleh pihak pokdarwis dan tim pengabdian untuk mendapatkan feedback atau timbal balik yang dapat dilakukan oleh tim pengabdian pada kegiatan-kegiatan selanjutnya

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan seperti yang telah disebutkan dalam metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan awal yang telah dilakukan adalah sosialisasi kepada pihak Pokdarwis Bua Lawah. Tim Pengabdian telah melakukan komunikasi kepada pihak Pokdarwis untuk menjelaskan maksud dan tujuan pembuatan video komunikasi pelayanan public. Setelah melakukan sosialisasi kegiatan pengabdian, selanjutnya adalah observasi lapangan untuk analisis kebutuhan selama pengambilan konten. Analisa kebutuhan ini menyesuaikan dengan topik terkait komunikasi pelayanan public (Lihat gambar 2).



Gambar 1. Sosialisasi terkait pembuatan video komunikasi pelayanan publik



Gambar 2. Pelaksanaan analisis kebutuhan di lapangan



Gambar 3. Koordinasi dengan mahasiswa terkait penyusunan perencanaan produksi

Hasil analisis kebutuhan tersebut, kemudian tim pengabdian melakukan koordinasi dengan anggota tim untuk mendesain storyboard dan membuat daftar kebutuhan alat-alat yang dibawa untuk mengambil konten video (lihat gambar 3). Hasil story board ini menjadi dasar untuk acuan tim pengabdian dalam pengambilan scene di setiap momen. Berikut di bawah ini adalah deskripsi dari storyboard yang sudah disusun oleh tim pengabdian kepada masyarakat di Pulau Kenawa Desa Poto Tano.

Tabel 1. Deskripsi *storyboard* video

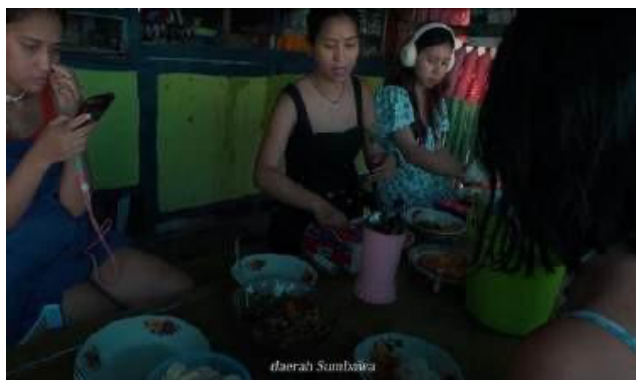
No	Video	Shot List	Narasi
Scene 1 (Opening)	Talent memasuki jalan ke dermaga (Background gunung di kayangan) (Cinematic).	Long shot	Voice over
Scene 2	Memperlihatkan isi kapal dan sekitarnya (Cinematic).	Medium shot & Extreme long shot (Drone)	Voice over
Scene 3	Dialog talent diatas kapal.	Medium close up	Dialog talent
Scene 4	Memperlihatkan Poto tano (Cinematic).	Wide shot & Extreme long shot (Drone)	Dialog talent
Scene 5	Memperlihatkan kegiatan masyarakat poto tano (Cinematic).	Wide shot & Medium close up	Dialog talent
Scene 6	Dialog penjelasan boatman.	Medium shot	Dialog boatman
Scene 7	Perjalanan menuju kenawa menggunakan perahu (Cinematic).	Over the shoulder shot, Medium shot & Extreme long shot (Drone)	Dialog boatman
Scene 8	Memperlihatkan pulau kenawa dan keindahan alamnya (Cinematic).	Wide shot & Extreme long shot (Drone)	Voice over
Scene 9	Dialog talent saat dipulau kenawa.	Medium close up	Dialog talent
Scene 10 (Snorkling)	Memperlihatkan keindahan bawah laut kenawa (Cinematic)	Wide shot (Gopro)	Dialog talent / Dialog pokdarwis
Scene 11	Talent berlari lalu melompat dari dermaga	Medium shot &	Backsound

	(Cinematic).	Wide shot (Drone)	
Scene 12	Talent berenang beriringan (Cinematic).	Wide shot (Gopro)	Backsound
Scene 13	Anemo Point (Cinematic).	Medium shot (Gopro) & Close up (Gopro)	Backsound / Dialog Pokdarwis
Scene 14	Talent melakukan konservasi karang di bawah laut (Cinematic).	Close up (Gopro)	Backsound / Dialog pokdarwis
Scene 15	Talent duduk di dermaga (Cinematic).	Wide shot	Backsound / Dialog talent / Voice over
Scene 16	Talent berjalan dan berlari di pantai (Background sunset) (Cinematic).	Wide shot	Backsound / Dialog talent / Voice over
Scene 17	Talent melihat indahnya sunset di pulau kenawa (Cinematic).	Wide shot & Extreme long shot (Drone)	Backsound / Dialog talent / Voice over
Scene 18	Talent (Camping Ground) membuat tenda (Cinematic).	Wide shot	Backsound / Dialog talent / Dialog pokdarwis
Scene 19	Talent membuat api unggun (Cinematic).	Close up & Over the shoulder shot	Backsound
Scene 20	Talent bersantai di samping api unggun dan bermain ukulele (Cinematic).	Medium shot & Close up	Backsound
Scene 21	Talent melihat bintang (Cinematic).	long shot	Backsound

Hasil *storyboard* tersebut, kemudian akan diimplementasikan ke dalam pengumpulan data video. Tim pengabdian kepada masyarakat mendokumentasikan aktivitas komunikasi pelayanan public yang akan ditunjukkan dalam beberapa scene video.



Gambar 4. Pokdarwis menjelaskan mengenai teknik *snorkeling* yang aman



Gambar 5. Pelayanan dalam kuliner



Gambar 6. Pengelola kuliner memaparkan mengenai produk yang dijual

Data hasil video yang telah dikumpulkan oleh tim pengabdian merupakan proses diskusi yang telah disepakati dengan pihak Pokdarwis Bua Lawah. Pokdarwis sebagai mitra mendapatkan keuntungan dengan adanya video komunikasi pelayanan public. Mitra memiliki video yang menampilkan komunikasi pelayanan public

sekaligus promosi destinasi yang ada di Pulau Kenawa.



Gambar 7. Penyajian makanan di wilayah Pulau Kenawa

Tim pengabdian menggunakan beberapa komunikator dalam pembuatan video. Komunikator tersebut adalah ketua pokdarwis, wakil ketua pokdarwis, dan satu anggota pokdarwis yang menjadi pengelola kuliner di Pulau Kenawa. Ketiga komunikator tersebut dipilih oleh tim pengabdian untuk mengisi atau memberikan materi terkait destinasi dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Tim pengabdian memandang bahwa ketiga komunikator memiliki kredibilitas dalam menjelaskan destinasi dan kuliner yang ada di Pulau Kenawa hanya dengan sekali pengambilan video.

Komunikator dalam video komunikasi pelayanan public menjelaskan segala aktivitas yang diberikan kepada konsumen ketika melakukan kunjungan merupakan hasil dari komunikasi. Oleh sebab itu, dengan adanya video komunikasi pelayanan public ini besar harapannya dapat dilihat oleh public melalui media social pokdarwis. Ketika public melihat konten video komunikasi pelayanan public ini, pokdarwis menanamkan dalam setiap makna pesan bahwa mereka menginginkan public untuk bisa kolaborasi dengan pokdarwis untuk dapat menikmati setiap destinasi yang dijelaskan secara verbal sesuai dengan tampilan visualnya.

Video komunikasi pelayanan public sebagai media untuk memberikan pemahaman kepada public yang melihatnya agar ada kesesuaian antara pelayanan yang dipublikasikan melalui video dengan pelayanan yang diberikan di lapangan. Oleh sebab itu, antara tim pengabdian menjelaskan kepada pokdarwis sebagai mitra untuk konsisten dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan sesuai dengan tampilan video.

Tim ngabdi menganalisa hasil pengabdian dengan topik komunikasi pelayanan public menjadi penting bagi pengelola destinasi wisata.

berdasarkan konsep prinsip komunikasi pelayanan public oleh Saleh (2014) video yang telah didesain oleh tim ngabdi menunjukkan aktivitas pokdarwis dalam memberikan pelayanan untuk destinasi wisata melalui tindakan dan penjelasan secara verbal oleh pelaku usaha di destinasi wisata Pulau Kenawa. Dalam tampilan video yang terlibat didalamnya adalah pengurus pokdarwis yang memang juga sebagai pelaku usaha, seperti pengelola homestay, kuliner di Pulau Kenawa, dan tour guide untuk memandu wisatawan.

Tujuan dari pembuatan video ini secara prinsip komunikasi pelayanan public mengajak beberapa pelaku usaha untuk terlibat dalam kolaborasi pembuatan video pelayanan public, sehingga dapat ditunjukkan kepada public bahwa pokdarwis Bua Lawah memiliki pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil video komunikasi pelayanan public yang telah dibuat oleh tim ngabdi, konten yang telah dibuat untuk menciptakan hubungan saling mengerti antara pelaku usaha dan public yang menonton konten video. Hal tersebut adalah pesan yang telah disampaikan oleh setiap pelaku usaha tersebut menjelaskan bentuk pelayanan yang diberikan dan public yang menonton diharapkan mendapatkan pengetahuan tentang pelayanan dari pokdarwis.

Video yang telah dibuat oleh tim ngabdi adalah hasil dari komunikasi yang dilakukan dengan pokdarwis Bua Lawah telah mendapatkan kesepakatan, sehingga semakin lancar proses pembuatan video. Pelayanan prima yang ditunjukkan melalui video pengabdian kepada masyarakat berupaya untuk memberikan pengetahuan kepada public mengenai destinasi wisata Pulau Kenawa agar mengerti dan memahami setiap pesan verbal yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata positif untuk mengajak datang ke destinasi wisata Pulau Kenawa

4. SIMPULAN

Kesimpulan kegiatan pengabdian ini adalah konten video komunikasi pelayanan public telah terlaksana dengan melalui beberapa tahapan, seperti praproduksi mengumpulkan data-data hasil analisa kebutuhan, koordinasi dengan tim pengabdian dalam menyusun storyboard, produksi konten melibatkan beberapa pengurus Pokdarwis Bua Lawah menjadi komunikator dalam menjelaskan pelayanan yang diberikan pada destinasi Pulau Kenawa, serta sosialisasi hasil video komunikasi pelayanan public kepada pihak Pokdarwis Bua Lawah sebagai mitra.

DAFTAR RUJUKAN

- Akhrani, L. A., & Cahyaningsih, F. A. (2024). Super Premium Destination!: Peran Tourist Expectation Terhadap Intensi Berkunjung Ke Labuan Bajo. *Psychopreneur Journal*, 8(1), 43-56. <https://doi.org/10.37715/psy.v8i1.4134>
- Firdausi, H. A. N., Juwita, R., & Boer, K. M. (2024). Komunikasi Partisipatif Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Terkait Program Ekowisata di Kelurahan Bontang Baru Kota Bontang. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 163-182. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.439>
- Hardiyansyah. 2015. *Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Nababan, B. O., Pi, S., Sari, Y. D., Pi, S., Mujito, S. E., Subagyo, W. H., ... & Muhlis, S. (2023). *Manajemen Pelayanan Publik dan Bisnis*. Selat Media.
- Pradana, Egi Aditya dan Febri Darmatraseta. (2021). PKM-Pendampingan Teknik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. Retrieved November 20, 2024 from <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jadkes/article/view/1303/1046>
- Putri, R. A., & Rosilawati, Y. (2020). Komunikasi Strategis Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Kawasan Pedestrian di Malioboro. *Jurnal Audiens*, 1(1), 88-99. <https://doi.org/10.18196/ja.11011>
- Saleh, Akh. Muwafik. (2010). *Public Service Communication, Praktek Komunikasi dalam Pelayanan Publik*. Malang: UMM Press.
- Saleh, Akh. Muwafik. (2014). *Gambaran Umum Public Service Communication*. Retrieved Agustus 6, 2023 from <http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/04/gambar-umum-public-service-communication/>
- Satria, Budi. Et al. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Video Kreatif Menggunakan Filmora 10 Di STAI Hubbulwathan Duri. Retrieved November 20, 2024 from <http://jurnal.sar.ac.id/index.php/J-PEMAS/article/view/822/376>
- Widiana, I. P., Murianto, M., & Sriwi, A. (2024). Peran Pokdarwis Dalam Penguatan Sapt Pesona Pada Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Bonjeruk Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. *Journal Of Responsible Tourism*, 3(3), 919-932. <https://doi.org/10.47492/jrt.v3i3.3143>