

Pengembangan Media Promosi Potensi Pariwisata Desa Sukawati Berbasis Multimedia

Kadek Ariya Sugiawan¹, I Gede Harsamadi², Ni Wayan Setiasih³, Erma Sulistyio Rini⁴

Program Studi Sistem Informasi

ITB STIKOM Bali

Jalan Raya Puputan Renon No. 86 Denpasar, Bali, Indonesia. Telp. (0361) 244445. Fax: (0361) 264773

Email: ariyasugiawan4@gmail.com, harsemadi@stikom-bali.ac.id, setiasih@stikom-bali.ac.id,
erma@stikom-bali.ac.id

Diajukan: 26 Agustus 2024; Direvisi: 27 Agustus 2024; Diterima: 29 Agustus 2024

Abstrak

Desa Sukawati yang berlokasi di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar memiliki keunikan adat, tradisi, budaya dan alamnya masih sangat terjaga kelestariannya yang membuat Desa Sukawati layak untuk menjadi daerah tujuan wisata. Desa Sukawati memiliki potensi wisata budaya yang dimana terkenal dengan kesenian yang menjadikan Desa Sukawati pusat seni khususnya di Kabupaten Gianyar, seperti contoh yaitu Tari Legong Keraton Gaya Sukawati, Kesenian Wayang Kulit dan Tradisi mepeed selain itu terdapat juga Pasar Seni Sukawati, Pantai Purnama dan Jogging Track Sudamala yang menjadikan Desa Sukawati sebagai tujuan pariwisata yang layak untuk dikunjungi wisatawan. Olehkarena itu diperlukan suatu media promosi online untuk menarik wisatawan berkunjung ke Desa Sukawati. Desa Sukawati belum memiliki media publikasi yang berfokus terhadap pariwisata yang dimiliki pada Desa Sukawati. Sehingga Desa Sukawati dapat lebih dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan. Perancangan media promosi ini menggunakan metode MDLC (Multimedia Development LifeCycle). Penelitian ini menghasilkan produk multimedia diantaranya adalah Brand Book, Website, Perancangan Media Sosial dan Video Promosi Desa Sukawati. Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan dengan menggunakan metode pengujian black box testing mendapatkan hasil yang sudah layak digunakan dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Berdasarkan hasil pengujian kuesioner didapatkan total nilai rata-rata yaitu 4,7 dengan persentase 94% Dapat disimpulkan bahwa perancangan media promosi pengembangan Desa Sukawati sudah sesuai dengantujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Kata Kunci : *Media Promosi, Desa Wisata, MDLC, Brand Book, Video Promosi, Perancangan Promosi Media Sosial*

Abstract

Sukawati Village, which is located in Sukawati District, Gianyar Regency, has unique customs, traditions, culture and nature that are still very well preserved, which makes Sukawati Village worthy of being a tourist destination. Sukawati Village has cultural tourism potential which is famous for its arts which makes Sukawati Village an art center, especially in Gianyar Regency, for example, the Sukawati Style Palace Legong Dance, Shadow Puppet Art and the Mepeed Tradition. Apart from that, there is also the Sukawati Art Market, Purnama Beach and Jogging Track. Sudamala is what makes Sukawati Village a tourism destination that is worthy of being visited by tourists. Therefore, an online promotional media is needed to attract tourists to visit Sukawati Village. Sukawati Village does not yet have publication media that focuses on tourism that Sukawati Village has. So that Sukawati Village can be better known and visited by tourists. This promotional media design uses the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method. This research produces multimedia products including Brand Books, Websites, Social Media Design and Promotional Videos for Sukawati Village. Based on the results of tests that have been carried out using the black box testing method, the results are suitable for use and in line with what was expected. Based on the results of the questionnaire testing, the total average score was 4.7 with a percentage of 94%. It can be concluded that the design of promotional media for the development of Sukawati Village is in accordance with the previously determined objectives.

Keywords: *Promotional Media, Tourism Village, MDLC, Brand Book, Promotional Video, Social Media Promotion Design*

1. Pendahuluan

Desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Melalui pengembangan desa wisata diharapkan terjadi pemerataan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan. Di samping itu, keberadaan desa wisata menjadikan produk wisata lebih bernilai budaya pedesaan sehingga pengembangan desa wisata bernilai budaya tanpa merusaknya [1].

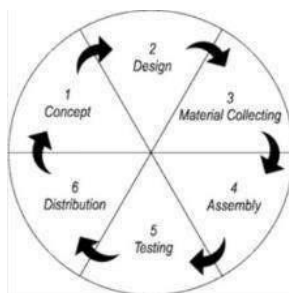
Salah satu desa di Bali yang memiliki potensi pariwisata untuk di kembangkan sebagai Desa Wisata yaitu Desa Sukawati yang berlokasi di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, yang memiliki luas wilayah sebesar 735 Ha dan secara administrasi Desa Sukawati dari 13 Banjar Definitif dan 14 Banjar Adat. Desa Sukawati secara geografis berbatasan langsung dengan Desa Batuan di daerah utara, Desa Guwang di daerah selatan, Desa Saba di daerah timur dan Desa Celuk di daerah barat. Desa Sukawati menurut babad timbul dahulunya merupakan sebuah daratan hutan timbul. Pada abad ke-18 di bawah kekuasaan Kerajaan Klungkung, I Dewa Agung Anom yang merupakan putranda dari I Dewa Agung Gde (Raja Klungkung ke-1) diperkenankan untuk menetap di bumi Timbul yang sekarang dikenal bernama Desa Sukawati, atas jasa dan kesetiiaanya terhadap Kerajaan Klungkung [2].

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang serupa terkait dengan pengembangan Desa Wisata, dengan judul “Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen” yang berfokus pada pemanfaatan multimedia dan pemberdayaan masyarakat desa terkait potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen [3]. Penelitian selanjutnya dengan judul “Perancangan Media Promosi Desa Sintung Sebagai Desa Wisata” berfokus pada perancangan media promosi untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata sesuai dengan citra visual yang ingin ditampilkan desa wisata tersebut yang mengusung wisata alam dan membutuhkan peran penting masyarakat yang ada di desa tersebut [4].

Maka dari itu penelitian yang akan dibuat adalah “Pengembangan Media Promosi Potensi Pariwisata Desa Sukawati Berbasis Multimedia”. Media promosi yang akan dibuat terbagi dari brand book, profile desa, *website* dan perancangan promosi media sosial. Media promosi ini dimanfaatkan untuk mempromosikan potensi pariwisata yang terdapat di Desa Sukawati, serta memberikan informasi dan publikasi kepada wisatawan sebagai daya tarik untuk berkunjung ke Desa Sukawati.

2. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam pembuatan Media Promosi Pengembangan Desa Sukawati yaitu menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle Model Luther*) yang akan dikembangkan melalui enam tahap pada perancangan Media Promosi meliputi konsep, desain, pengumpulan data, perancangan aplikasi, pengujian aplikasi dan distribusi dengan deskripsi setiap langkah sebagai berikut [4]:



Gambar 1 Metode MDLC

2.1 Konsep

Pada tahapan ini berfokus pada penggunaan metode 5W+1H (*What, Why, Who, Where, When, How*) sebagai acuan dalam perancangan media promosi yang akan dibuat, dirancang dengan menggunakan *adobe photoshop*, *adobe illustrator*, *adobe premiere pro*, *visual code studio* dan media pendukung lainnya, untuk memudahkan dalam proses pengembangan dan perancangan potensi pariwisata yang terdapat di Desa Sukawati.

2.2 Design (Desain)

Pada tahapan ini desain multimedia dikembangkan sesuai pada konsep awal Desa Sukawati. Pada desain ini tentunya saling berkaitan dan bertahap pada proses pembuatannya. Seperti pembuatan logo, penentuan *color pallate*, pembuatan *brandbook*, perancangan *storyboard*, perancangan desain promosi. Dalam perancangan semua elemen yang diperlukan, khususnya pada pembuatan *website* harus mengacu pada *flowchart* pada setiap fungsinya

2.3 *Material Collecting* (Pengumpulan Data)

Pada tahapan ini pengumpulan bahan dilakukan dengan menambahkan komponen-komponen yang diperlukan. Seperti dengan penambahan audio, video, gambar, foto dan teks, yang nantinya dapat memudahkan dalam pengembangan media promosi Desa Sukawati.

a. Studi Literatur

Pada proses studi literatur penulis berfokus meneliti pada sumber-sumber pengetahuan yang berhubungan dengan Desa Sukawati dan media promosi dengan menggunakan jurnal-jurnal yang telah selesai diteliti. Data yang digunakan mengacu pada sumber-sumber yang sudah terpercaya dalam penyajian data yang ada. Berikut merupakan sumber data yang didapat langsung di lokasi .

b. Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan langsung pada Desa Sukawati yang terletak di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Bertujuan untuk mengetahui tentang sejarah desa dan potensi apa saja yang dimiliki, sehingga menjadi acuan dalam mempromosikan Desa Sukawati sebagai kawasan pariwisata. Berikut merupakan dokumentasi langsung pada saat pengambilan data secara observasi pada Desa Sukawati.

b Wawancara

Pada tahapan ini penulis melakukan wawancara langsung kepada Kepala Desa Sukawati untuk mendapatkan informasi yang jelas dan terstruktur, sehingga dapat melengkapi data yang diperlukan dan mendapatkan pembuktian dengan memeriksa hasil pengumpulan data lainnya. Berikut merupakan dokumentasi pada saat proses wawancara langsung terhadap Kepala Desa Sukawati.

2.4 *Assembly* (Perancangan Aplikasi)

Pada proses perakitan bahan-bahan yang terdapat dalam *material collecting* dilakukan menggunakan beberapa perangkat lunak antara lain *adobe photoshop*, *adobe premiere pro*, *adobe illustrator* dan *visual studio code*. Bahan-bahan yang sudah terkumpul tersebut yang nantinya akan digunakan dalam perancangan sesuai dengan konsep, *flowchart*, struktur menu dan *storyboard* yang telah dibuat. Sehingga memudahkan dalam proses perakitan nantinya.

2.5 *Testing* (Pengujian Aplikasi)

Pengujian yang akan dilakukan menggunakan 2 metode yaitu :

1. *Black Box Testing*

Pada metode ini akan diterapkan nantinya pada *website* Desa Sukawati dengan tujuan untuk menguji setiap fungsi-fungsi yang terdapat pada menu *website* yang akan dibuat apakah sudah berjalan dengan baik dan benar. Tabel yang disediakan pada perancang berisi kolom data input, *test case*, hasil yang diharapkan, dan kesimpulan dari black box testing apakah sesuai atau masih terdapat kesalahan. Terdapat beberapa menu pada *website* yang akan diuji antara lain halaman beranda, tentang kami, galeri, lokasi dan kontak.

2. Kuesioner

Pada metode ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 15 pertanyaan dengan target responden kurang lebih 30 orang stakeholder yang sama sekali belum mengetahui tentang informasi wisata pada Desa Sukawati. Pada langkah-langkah yang dilakukan oleh responden antara lain membuka *website* yang sudah dibuat, melihat video profile dan *brand book* potensi pariwisata Desa Sukawati, setelah mengetahui segala informasi yang disajikan responden diarahkan untuk mengisi kuesioner. Kuesioner akan diberikan langsung kepada responden dengan menggunakan *google form*.

2.6 *Distribution* (Distribusi)

Setelah selesai pada tahap pengujian dan sistem yang dibuat sudah berjalan dengan baik, selanjutnya akan dilakukan tahap distribusi. Pada tahap distribusi seluruh bagian media promosi akan dipublikasi, berikut beberapa cara yang akan dilakukan pada tahap distribusi :

1. *Website*

Dimana *website* dapat diakses secara *online* agar wisatawan dapat melihat informasi terbaru mengenai Desa Sukawati.

2. Promosi Sosial Media

Promosi media sosial dapat dilihat melalui *platform* media sosial seperti: instagram dan facebook untuk mengetahui informasi terbaru seputar berita mengenai Desa Sukawati.

3. Hasil dan Pembahasan

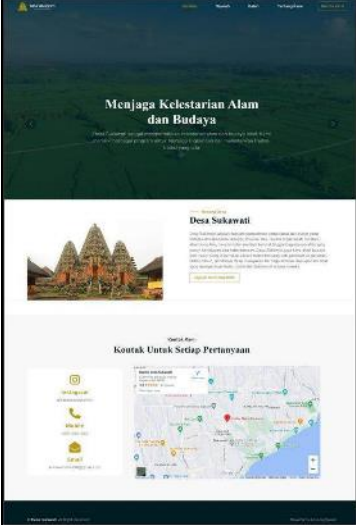
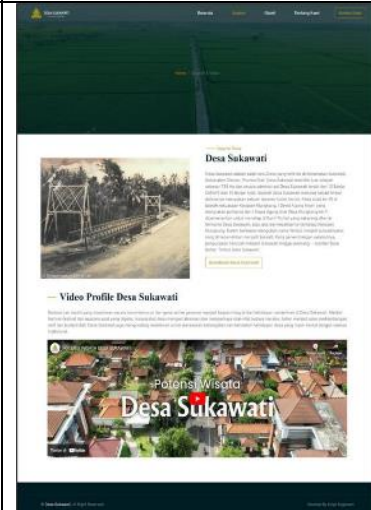
Pada hasil dan pembahasan akan dijabarkan tahap dalam menterjemahkan proses yang terdapat dalam perancangan sistem yang telah dibuat menggunakan kode program hingga bisa menghasilkan sistem yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

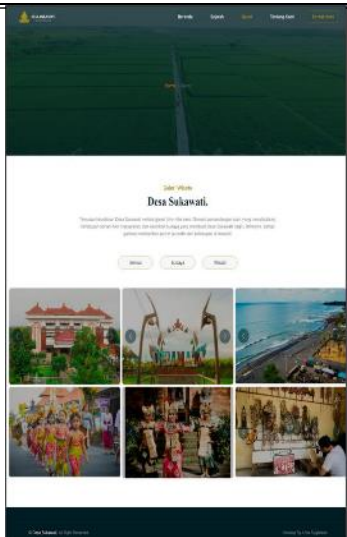


3.1. Implementasi Sistem

Implementasi sistem diawali dengan tahap pengumpulan material (*Material Collecting*), pada tahap ini semua objek dan bahan multimedia dikumpulkan. Setelah melakukan pengumpulan material, selanjutnya dilakukan perakitan (*Assembly*). Setelah perakitan dilakukan pengujian (*Testing*). Setelah pengujian dilakukan langkah terakhir yaitu distribusi (*Distribution*). Berikut merupakan hasil dari rancangan desain media promosi Desa Sukawati :

1. Hasil Implementasi Website

Website berisi informasi tentang Desa Sukawati, yaitu diantaranya adalah sejarah, galeri destinasi, tentang kami, dan juga kontak.

<p>Halaman Beranda</p> <p>Halaman Beranda berisi <i>slideshow</i> dari destinasi yang ada pada Desa Sukawati. Pada halamanberanda juga terdapat hasil video promosi Desa Sukawati. dan juga konten berita terbaru.</p>	
<p>Halaman Sejarah</p> <p>Halaman Sejarah berisikan informasi sejarah dari terbentuknya Desa Sukawati. hingga penamaandari Desa Sukawati. itu sendiri.</p>	

<p>Halaman Galeri</p> <p>Halaman Galeri berisikan konten informasi secara singkat dan jelas Destinasi-destinasi wisata pada Desa Sukawati.</p>	
<p>Halaman Tentang Kami</p> <p>Halaman Tentang Kami, dimana pada halaman ini ditampilkan informasi mengenai penulis dan pembimbing dari pembuatan <i>website</i> Desa Sukawati.</p>	
<p>Halaman Kontak</p> <p>Halaman Kontak berisikan informasi tentang konten gambar dan deskripsi tentang sosial media dari Desa Sukawati dan kontak yang dapat dihubungi oleh masyarakat umum. Dan juga berisikan keterangan lokasi dari google maps untuk</p>	

3.1 Pengujian Sistem

Tahap pengujian sistem merupakan suatu teknik untuk memastikan suatu sistem yang telah dibangun sudah sesuai dengan apa yang diharapkan atau belum. Dalam pengujian sistem ini menggunakan pengujian *black box testing* yang merupakan pengujian pada fungsionalitas dan *output* yang dihasilkan aplikasi.

a. Black Box Testing

Berdasarkan hasil pengujian *Black box* yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa *website* Desa Sukawati sudah bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

b. Kuesioner

Berdasarkan hasil dari pengujian keseluruhan kuesioner yang telah dilakukan pada 30 orang responden dengan 15 pertanyaan didapatkan total nilai rata-rata yaitu 4,7 dengan persentase sebesar 94%, maka

diperoleh kesimpulan bahwa 30 responden sangat setuju bahwa media promosi pada Desa Sukawati sudah berjalan sesuai dengan yang ditentukan sebelumnya. Kuisisioner ini digunakan untuk evaluasi dari sistem yang dibuat.

3.2 Distribusi

Distribusi merupakan tahap menyebarluaskan informasi mengenai sistem yang telah dibuat. Adapun tujuan dari tahap ini adalah agar banyak calon pengguna yang mengetahui dan menggunakan sistem ini. Berikut merupakan beberapa cara yang dilakukan pada tahap distribusi, yaitu :

a. *Hosting Website*

Hosting merupakan layanan yang dapat menyimpan seluruh data yang terdapat pada *website* diinternet [5], dengan menggunakan *hosting* dapat memudahkan pengguna dalam mencari *website* Desa Sukawati pada situs pencaharian. Berikut merupakan tautan dari *website* Desa Sukawati yaitu: <https://sukawati.gikumind.com/>

b. Youtube

Youtube merupakan *platform online* yang digunakan untuk mengunggah video dan menonton video. Youtube juga digunakan oleh sebagian orang untuk mencari penghasilan atau sekedar mencari hiburan. Youtube merupakan situs web yang dapat dijangkau oleh seluruh pengguna di seluruh dunia. Berikut merupakan tautan youtube Desa Sukawati yaitu : <https://youtu.be/2O2yq6MqJoc?si=Okp9dmhsHIyLnyJ>

c. Media Sosial Instagram

Media sosial yang digunakan dalam mempromosikan Desa Sukawati yaitu instagram, dikarenakan instagram merupakan *platform* yang banyak digunakan oleh pengguna di seluruh dunia. Instagram biasanyadigunakan untuk berinteraksi maupun untuk membagikan momen dan mendapatkan informasi secara langsung, sehingga diharapkan mampu dalam mempromosikan Desa Sukawati secara luas.

Berikut merupakan tautan instagram Desa Sukawati: <https://www.instagram.com/wisatadesasukawati/>

a. Penutup

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dirumuskan kesimpulan yaitu sebagai berikut :

Melalui hasil pengamatan terhadap Potensi Pariwisata Desa Sukawati yang memiliki berbagai budaya dan objek wisata, dapat dipromosikan melalui media promosi berbasis multimedia untuk meningkatkan daya tarik wisatawan mengunjungi Desa Sukawati. Jenis media promosi yang dapat diwujudkan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Desa Sukawati yaitu : *Brand Book*, *Website*, Video Promosi dan Perancangan Promosi Media Sosial yakni Instagram. Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan dengan metode pengujian *black box testing*, *website* Desa Sukawati dapat berfungsi sesuai dengan yang diharapkan. Melakukan sejauh mana *website* ini berguna, maka dalam penelitian ini pengukuran dilakukan dengan cara pemberian kuesioner kepada 30 responden. Hasil yang didapatkan dari rumus persentase penilaian adalah sebesar 94% menyatakan bahwa *website* ini mudah digunakan dan dapat memberikan informasi terkait wisata di Desa Sukawati.

4.2 Saran

Pengembangan Media Promosi Potensi Pariwisata Desa Sukawati Berbasis Multimedia ini masih terdapat kekurangan yang dapat diperbaiki dan dikembangkan untuk menghasilkan aplikasi yang lebih berguna. Sebagai pengembang selanjutnya dari penelitian yang telah dilakukan maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. *Website* Desa Sukawati dapat lebih dikembangkan dengan menambahkan konten *virtual tour360 degree*.

5. Daftar Pustaka

- [1] M. H. U. Dewi, "Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali," *J. Kawistara*, vol. 3, no. 2, pp. 129–139, 2013, doi: 10.22146/kawistara.3976.
- [2] Putra, Dewa Gede Dwi, Profile Desa Sukawati. Desa Sukawati, 2022.
- [3] A. Setyorini and M. Masulah, "Penerapan Project Based Learning untuk Meningkatkan Kemampuan Guru-Guru Sekolah Dasar Sidoarjo dalam Menulis Kreatif Cerita Anak," *Aksiologi J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, p. 131, 2020, doi: 10.30651/aks.v4i1.3664.
- [4] Deris Septian, Yenni Fatma. "IMPLEMENTASI MDLC (MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE) DALAM PEMBUATAN MULTIMEDIA PEMBELAJARAN KITAB SAFINAH SUNDA", vol..15, No. 1, Juni 2021, 15-24
- [5] Eko Supriyo, "SISTEM INFORMASI DESA LALANG SEMBAWA BANYUASIN", Jurnal Informanika, Vol.1, Januari - Juni 2015