

Strategi Digitalisasi Kearifan Lokal dan Branding Desa Melalui Video Profile Desa

Jesica Anggraheni Puspita Dewi¹, Esteria Dani Aviani², Dimas Fahrur Rozi³, Muhammad Miftahul Huda⁴

^{1,2,3,4}Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia
esteriadanial@gmail.com

Article Info:

Received: 2025-08-27

Reviewed: 2025-08-29

Accepted: 2025-08-29

ABSTRACT

This community service activity was conducted in Kunden Village, Karanganyar, Klaten. Kunden is a village located in the northern part of Klaten Regency and has various potentials. Numerous local micro, small, and medium enterprises (UMKM) can be utilized and developed, including salted eggs, bridal attire sequins, and rambak kulit (crackers made from animal skin). However, these potentials have not been optimally utilized due to the lack of strong branding and digital marketing related to these resources. One effort to address this issue is the creation of a regional profile video. A profile video is an informational medium in the form of moving visuals that provide a brief and clear overview of an institution. This article discusses the role of profile videos as a strategic tool in digitizing the local wisdom of Kunden Village and enhancing the village's competitiveness and empowerment. It focuses on the use of profile videos as a medium to showcase local culture, traditions, and potential. The research methods used include observation, interviews, literature review, concept analysis and design, filming, editing, and implementation. The expected outcomes of this service are for us to gain knowledge and experience in the process of creating a good profile video, while for the village itself, it can serve as documentation material, village promotion, and village branding.

ABSTRAK

kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Kunden, Kunden, Karanganyar, Klaten. Kunden merupakan desa yang terletak di bagian utara kabupaten Klaten memiliki beragam potensi selain bertani, banyak UMKM desa dapat dimanfaatkan dan dikembangkan selain telur asin, payet baju pengantin, dan rambak kulit. Namun potensi-potensi tersebut belum dapat dimanfaatkan dengan baik karena belum adanya branding yang kuat dan pemasaran secara digital terkait potensi tersebut. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan pembuatan Video profil daerah. Video Profil merupakan salah satu media informasi dalam bentuk visual bergerak yang mencakup gambaran suatu instansi secara singkat dan jelas. Artikel ini membahas peran video profil sebagai alat strategis dalam mendigitalisasi kearifan lokal desa Kunden dan meningkatkan daya saing serta keberdayaan desa. Dengan fokus pada penggunaan video profil sebagai media untuk menampilkan budaya, tradisi, dan potensi lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi pustaka, analisis dan perancangan konsep, pengambilan gambar, editing dan implementasi. Hasil dari pengabdian ini bagi kami diharapkan dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman tentang proses pembuatan video profil yang baik, bagi desa sendiri dapat digunakan sebagai bahan dokumentasi, promosi desa dan branding desa.

Keywords: Promosi, Branding, Profile Desa, Potensi lokal

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, pesatnya perkembangan teknologi memunculkan berbagai terobosan inovasi baru di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dan menuntut adanya digitalisasi dalam segala sektor, salah satunya pada sektor pemerintahan desa, Pemerintah desa atau yang dapat disebut juga kelurahan sebagai suatu badan publik dituntut untuk dapat memberikan akses pemberian informasi publik secara luas sehingga masyarakat dapat mengakses informasi tersebut dengan mudah (Suryani, 2019). Digitalisasi umumnya memadukan unsur digital dan fisik, yang penting di era sekarang untuk meningkatkan daya saing, akses informasi, perekonomian, dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, digitalisasi mempercepat layanan publik di tingkat regional, sejalan dengan tren global yang mengandalkan konvergensi media dan internet sebagai basis pengelolaan informasi.

Pemanfaatan teknologi informasi (IT) oleh pemerintah memiliki peran penting dalam mempercepat komunikasi dengan masyarakat serta mempermudah penyediaan layanan publik secara efisien. UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menjadi dasar peningkatan kesejahteraan masyarakat desa dengan memberikan hak kepada warga untuk menentukan arah pembangunan. Kebijakan ini mendorong kemandirian, efisiensi pelayanan publik, serta penerapan Good Governance. Untuk mencapainya, pemerintah desa perlu berinovasi, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi informasi yang kini mudah diakses oleh masyarakat, termasuk warga desa. Dalam pengelolaan desa, pemerintah dapat memanfaatkan IT melalui digitalisasi atau menjadikan desa sebagai 'desa digital' (Hartanti, 2021). Digitalisasi sendiri mencakup pengubahan seluruh karakteristik dan data, baik berupa teks, audio, gambar, maupun video, ke dalam format elektronik (Lailiyah, 2022). Dengan adanya konsep digitalisasi ini, diharapkan terwujud desa cerdas yang memanfaatkan teknologi sebagai infrastruktur untuk mendukung kemajuan dan membantu branding desa di mata publik. Salah satu upaya promosi dan branding desa yang sangat mungkin dilakukan adalah dengan pembuatan profile desa yang di publikasi dalam bentuk video atau konten kreatif.

Video Profil merupakan salah satu media informasi dalam bentuk visual bergerak yang mencakup gambaran suatu instansi secara singkat dan jelas. Menurut Arsyad (2011), video adalah rangkaian gambar dalam banyak frame yang diproyeksikan melalui media digital, sedangkan Haryoko (2012) menyatakan bahwa video profil efektif untuk promosi daerah, produk, atau perusahaan. Saat ini, penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube menjadi strategi promosi yang penting karena praktis, cepat, dan murah, bahkan

gratis, sejalan dengan kebiasaan masyarakat digital yang tidak lepas dari smartphone dan internet. Tujuan pembuatan video profil desa adalah untuk memperkenalkan potensi desa, menyampaikan informasi secara jelas, meningkatkan citra desa, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang efektif dan mudah diakses. Video ini berfungsi sebagai media promosi, informasi, dan dokumentasi yang mendukung transparansi serta keterbukaan informasi bagi masyarakat maupun pihak luar.

Tema yang diusung pada kegiatan KKN ini adalah “SINERGI UNISRI, PEMERINTAH, DAN MASYARAKAT DESA : Penguatan Potensi Lokal Guna Mewujudkan Desa Mandiri dan Berkelanjutan”. Salah satu program kerja yang dilakukan adalah pembuatan Video Profil Desa Kunden. Yang terdiri dari 9 RW, 19 RT, dan 13 dukuh, yaitu dukuh Gabahan, dukuh Kunden, dukuh Jetis, dukuh Mertan, dukuh Tegalsari, dukuh Tegalarum, dukuh Jlapen, dukuh Sayuran, dukuh Degungan, dukuh Citran, dukuh Kajen, dukuh Tebonan, dan dukuh Bangsan, memiliki luas wilayah kurang lebih 178 Ha dan secara topografis terletak pada ketinggian 225 meter, dengan jumlah penduduk 3.542 jiwa.

2. METODE

Lokasi pembuatan video profile desa ini bertempat di Desa Kunden, Kecamatan Karanganom, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Indonesia. Kegiatan ini terinisiasi dari potensi lokal yang ada di desa sehingga pembuatan video profil diharapkan dapat mengenalkan dan memberikan informasi mengenai Desa Kunden dan potensi-potensinya. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi, analisis dan perancangan konsep, pengambilan gambar, editing dan implementasi.

a. Wawancara

wawancara menurut Stewart dan Cash (2000), merupakan proses komunikasi intraksional, antara dua pihak, paling tidak salah satu pihak memiliki tujuan antisipasi dan serius dan tanya jawab. tentu saja wawancara dilakukan dengan tujuan tertentu dan pada kegiatan ini wawancara diperlukan untuk mengidentifikasi potensi yang dapat dikembangkan di Desa Kunden, dengan narasumber kepala desa, yaitu Bapak Sugiarta Jaka Santosa S.T, perangkat desa, dan penduduk desa Kunden.

b. Observasi

Pada tahap awal, penulis melakukan kegiatan observasi lapangan secara langsung ke Desa Kunden. Observasi ini berbentuk pengamatan mendetail terhadap berbagai lokasi dan potensi yang akan menjadi subyek dalam pembuatan video profil. Menurut Sugiyono (2013:228) Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena yang di teliti. Teknik observasi yang digunakan yaitu observasi terus terang atau tersamar dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang di teliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Pada kegiatan ini penulis melakukan observasi terus terang untuk potensi UMKM lokal yang akan dimasukkan di profil desa, selain itu penulis melakukan pengamatan lokasi-lokasi yang akan digunakan dalam pembuatan video profil, untuk menilai kondisi lapangan dan menentukan titik pengambilan gambar.

c. Analisis Penyusunan Konsep

Langkah analisis dan penyusunan konsep dilakukan setelah observasi untuk membuat kerangka kerja kreatif yang jelas. Proses ini meliputi penetapan tema, penulisan skrip, dan penentuan setting lokasi pengambilan gambar yang mendukung. Tema yang diangkat oleh Kelompok 30 adalah “Merajut Harmoni di Bumi Lestari”, yang secara khusus dirancang untuk mengangkat dan mempromosikan potensi sosial kemasyarakatan yang menjadi jiwa Desa Kunden. Dengan fokus pada tema ini, video profil bertujuan untuk mencapai lebih dari sekadar promosi digital; tujuannya adalah untuk melakukan branding desa yang menyeluruh, membangun citra positif tentang sebuah desa yang memiliki tatanan sosial yang harmonis dan komitmen terhadap kelestarian, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya tarik dan nilai keberdayaan Desa Kunden.

d. Pengambilan gambar, editing dan implementasi

Dilakukan diskusi bersama agar pengambilan gambar dapat dilakukan dengan tujuan dan pemahaman yang selaras. Proses produksi kemudian dilaksanakan dengan berpedoman pada konsep dan storyboard yang telah disusun. Pengambilan gambar (shooting) dilakukan

secara sistematis. Seluruh footage yang diperoleh diseleksi secara ketat berdasarkan kriteria kualitas gambar, kesesuaian dengan naskah.

Tahap editing merupakan proses pemberian nyawa pada materi mentah tersebut; dilakukan dengan menyatukan potongan gambar, menambahkan *transition effect*, musik latar yang sesuai budaya lokal, serta narasi suara (voice-over) yang informatif, untuk edit kami memanfaatkan aplikasi capcut dan alight motion, kemudian video yang telah jadi diimplementasikan dengan strategi yang mencakup pemutaran perdana pada acara perpisahan KKN di balai desa untuk mendapatkan umpan balik langsung dari masyarakat dan pemerintah desa, diunggah pada kanal media sosial seperti YouTube dan Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta diserahkan secara resmi kepada perangkat desa untuk digunakan sebagai media promosi resmi dalam berbagai event dan platform digital pemerintah. Melalui implementasi yang menyeluruh ini, video profil tidak hanya menjadi sebuah produk dokumentasi, tetapi berfungsi sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan promosi dan branding Desa Kunden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pembuatan video profil dibagi menjadi 3 tahapan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra-produksi

Tahap pra-produksi merupakan tahap dimulainya gagasan untuk pembuatan profile desa, mulai dari observasi wilayah serta studi pustaka, kemudian wawancara dengan warga desa serta perancangan konsep “

Dalam pembuatan video ini, metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan perangkat desa, studi pustaka, analisis dan perancangan konsep, pengambilan gambar, proses editing, hingga implementasi. Bagi mahasiswa KKN, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam pembuatan video profil yang efektif, sedangkan bagi desa, video ini bermanfaat sebagai sarana dokumentasi, promosi, dan penguatan branding desa.

Tahap pra-produksi dimulai dengan perumusan ide dan perencanaan konsep. Gagasan pembuatan video profil Desa Kunden muncul karena desa ini belum dikenal secara luas, padahal memiliki potensi besar. Tim KKN kemudian melakukan diskusi bersama perangkat desa untuk menentukan sektor utama yang akan ditampilkan dalam video, yaitu sektor

pertanian dan UMKM. Setelah itu, tim menyusun konsep, membuat naskah wawancara, dan merancang alur pengambilan gambar agar sesuai dengan informasi yang ingin disampaikan.

Video profil ini bertujuan memberikan informasi yang akurat sekaligus menampilkan kearifan lokal yang ada di Desa Kunden. Sasaran utamanya adalah masyarakat luas, baik di sekitar Kabupaten Klaten maupun di luar daerah, agar potensi desa dapat lebih dikenal. Melalui media promosi ini, diharapkan potensi Desa Kunden dapat dimanfaatkan secara maksimal sehingga mendukung pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Desa Kunden memiliki potensi UMKM yang cukup tinggi seperti produksi telur asin, payet baju pengantin, dan rambak kulit dan dapat menjadi penggerak perekonomian lokal jika dikelola dengan baik. Oleh karena itu, kehadiran video profil ini diharapkan mampu meningkatkan citra desa dan memperluas jangkauan pemasaran produk unggulan Desa Kunden melalui media digital.

Tabel 1. Naskah

Naskah
“Desa Kunden terdiri dari tiga belas dukuh. Gabahan, Kunden, Jetis, Tegalsari, Tegalarum, Jlapan, Sayuran, Tebonan, Kajen, Bangsan, Citran, Degungan, Setiap dukuh memiliki potensi dan keunikan yang berbeda.”
“Di Dukuh Citran, terdapat pengrajin blangkon yang sudah ada sejak tahun 1998. Hingga sekarang, tradisi ini terus dijaga, menjadi kebanggaan masyarakat dan warisan budaya Jawa.”
“Di balik keindahan alamnya, tersimpan cerita lama yang dipercaya masyarakat. Sebuah mata air di bawah pohon besar di Dukuh Kajen, kini telah tertutup, namun kisahnya tetap hidup dalam legenda warga Desa Kunden.”
“Kegiatan rutin masyarakat juga menjadi warna kehidupan di Desa Kunden, seperti gotong royong, bersih bersih lingkungan, dan senam bersama ibu-ibu yang tidak hanya menyehatkan tubuh, tetapi juga mempererat kebersamaan.”

“Setiap tahun, Desa Kunden menggelar pawai karnaval. Sebuah ajang yang menampilkan kebaya, kesenian reog, dan tradisi menumbuk lesung sambil menyanyikan tembang Jawa. Sebuah wujud cinta pada budaya yang terus diwariskan.”

“Dari ketinggian, kita melihat Desa Kunden yang hijau dan damai. Sebuah desa yang bukan hanya tempat tinggal, tetapi warisan budaya yang patut dijaga untuk generasi mendatang.”

2. Produksi

Tahap produksi merupakan proses pengambilan data sesuai dengan storyboard dan naskah yang telah disusun. Kegiatan pada tahap ini meliputi perekaman video dan audio. Pengambilan gambar dilakukan menggunakan kamera iPhone 13 oleh Dimas, sedangkan perekaman suara dilakukan menggunakan ponsel oleh Esteria. Wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber, yaitu tokoh masyarakat dan pemilik UMKM.

Proses pengambilan video berlangsung selama tiga hari, yaitu pada 11, 13, dan 22 Agustus 2025. Pada 11 Agustus, dilakukan perekaman video untuk pengambilan footage Desa Kunden menggunakan drone yang dikerjakan bersama ketua kelompok KKN Desa Pondok, @angga.asmanggala.

Selanjutnya, pada 13 Agustus 2025 dilakukan wawancara dengan tokoh masyarakat terkait cerita legenda mata air Desa Kunden. Kemudian, pada 22 Agustus 2025 dilakukan wawancara dengan pelaku UMKM Blangkon yang berada di Dukuh Citran



Gambar 1.

Proses pengambilan footage di sawah menggunakan Drone

Pada tahap produksi, seluruh kegiatan difokuskan pada realisasi konsep yang telah direncanakan sebelumnya pada tahap pra-produksi. Proses ini mencakup pembuatan video yang mengikuti rancangan serta arahan dari storyboard dan naskah yang telah disiapkan. Semua anggota tim berperan aktif dan saling bekerja sama dalam melaksanakan tugas masing-masing agar proses pengambilan gambar dapat berlangsung dengan baik dan tanpa hambatan.

Dalam pelaksanaannya, tahap produksi memiliki beberapa aspek penting yang harus diperhatikan untuk menghasilkan karya yang berkualitas. Empat aspek utama tersebut meliputi multimedia, audio, visual, dan penyiaran (broadcasting). Aspek multimedia berhubungan dengan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung proses produksi, seperti pengelolaan file, efek visual, dan elemen grafis. Aspek audio mencakup seluruh proses pengambilan suara, baik suara asli, narasi, maupun latar musik yang akan memperkuat kesan dari video.

Aspek visual berperan penting dalam pengaturan pengambilan gambar, komposisi, pencahayaan, dan sudut pandang kamera agar tampilan yang dihasilkan menarik dan sesuai konsep. Sementara itu, aspek penyiaran (broadcasting) berhubungan dengan persiapan konten agar dapat ditayangkan atau dipublikasikan secara optimal di berbagai media, baik media digital maupun platform lainnya. Dengan memperhatikan keempat aspek tersebut, proses produksi dapat berjalan lebih terarah sehingga menghasilkan video yang informatif, komunikatif, dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 30 Universitas Slamet Riyadi Surakarta di Desa Kunden, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Klaten, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program pembuatan video profil desa telah berjalan sesuai perencanaan. Melalui rangkaian observasi, wawancara dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, serta pelaku UMKM, diperoleh data bahwa Desa Kunden memiliki potensi yang signifikan, baik dari segi budaya, ekonomi kreatif, maupun kearifan lokal. Namun demikian, potensi tersebut belum terakomodasi dalam bentuk media promosi digital yang mampu menjangkau audiens luas.

Video profil yang diproduksi dengan durasi **8 menit 15 detik** ini bertujuan untuk menjadi media informasi sekaligus sarana promosi desa berbasis teknologi digital. Konten yang ditampilkan meliputi gambaran umum desa, sejarah singkat, potensi alam dan budaya, aktivitas masyarakat, serta profil UMKM unggulan yang menjadi identitas ekonomi Desa Kunden. Proses pembuatan video dilakukan melalui tiga tahapan utama: pra-produksi (perencanaan, pembuatan storyboard, dan persiapan alat), produksi (pengambilan gambar menggunakan kamera iPhone dan drone, serta perekaman audio wawancara), dan pascaproduksi (editing, penyusunan narasi, serta pengujian kualitas hasil akhir).

Hasil implementasi menunjukkan bahwa video profil ini layak dijadikan sebagai media promosi resmi Desa Kunden. Selain menyajikan informasi yang padat dan komunikatif, video ini juga dirancang dengan tampilan visual yang menarik serta penyampaian narasi yang jelas. Dengan adanya media promosi digital ini, diharapkan citra Desa Kunden semakin meningkat, potensi lokal lebih dikenal luas, dan daya tarik desa terhadap pihak eksternal seperti wisatawan, investor, maupun mitra pembangunan dapat terwujud.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 30 Universitas Slamet Riyadi Surakarta di Desa Kunden, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Klaten dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Universitas Slamet Riyadi Surakarta, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan pengabdian masyarakat melalui program KKN.
2. Pemerintah Desa Kunden, yang telah memberikan dukungan, arahan, dan izin sehingga seluruh program kerja dapat berjalan sesuai rencana.
3. Perangkat Desa dan Ketua RW/RT, yang telah membantu kami dalam proses pengumpulan data dan koordinasi selama kegiatan berlangsung.
4. Tokoh masyarakat serta pelaku UMKM Desa Kunden, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi, wawancara, dan kerja sama dalam pembuatan video profil desa.
5. Seluruh warga Desa Kunden, yang telah menerima kami dengan baik dan berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan KKN.
6. Dosen Pembimbing Lapangan kelompok 30

Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada seluruh anggota kelompok KKN 30 yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi sehingga semua program, termasuk pembuatan video profil desa dan sosialisasi digitalisasi UMKM, dapat terlaksana sesuai tujuan.

Kami menyadari bahwa pelaksanaan KKN ini masih memiliki banyak kekurangan, untuk itu kami mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga kegiatan ini bermanfaat bagi masyarakat Desa Kunden dan menjadi langkah awal dalam pengembangan potensi desa melalui media digital.

6. REFERENSI

Rahma, A. (2024). 29 PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI DALAM MENUNJANG EKSISTENSI DESA CIKADU. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 4(8), 266–279. Retrieved from <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/2189>

Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk. (2022). *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 215-221. <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.48>

Suryani, D. A. (2019). Peran Pemerintah Desa Panggunharjo Bantul Dalam Mewujudkan Good Governance Melalui Pengembangan Sistem Informasi Desa. *Journal of Public Administration and Local Governance*, 3(1), 52. <https://doi.org/10.31002/jpalg.v3i1.1361>

Rosyidah, R. (2024). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2528-2534.