

Penguatan Brand Kampung Wisata Keramik Dinoyo, Kota Malang Melalui *Company Profile Video*

Fathul Qorib¹, Latif Fianto²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tunggadewi
e-mail: ¹fathul.indonesia@gmail.com ^{*}(*coressponding author*)

Abstrak

Kampung tematik saat ini telah menjadi salah satu destinasi unggulan di wilayah Kota Malang. Salah satu kampung tematik yang telah lama berdiri adalah Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Namun kampung ini belum mampu mengungguli kampung wisata lainnya yang lebih baru. Karena itu, dibutuhkan branding melalui pembuatan video *company profile* agar dapat disebarakan melalui berbagai media sosial. Metode pelaksanaan pengabdian ini dimulai dari survei dan pemetaan masalah yang ada di Kampung Keramik, melakukan diskusi dan wawancara dengan Ketua Paguyupan Wisata Kampung Keramik, lalu diputuskan pembuatan video profil. Pra produksi video profil melalui pembuatan *script* dan *story board*, *casting*, penyiapan *talent* dan aktor. Tahap produksi dilakukan selama satu bulan untuk memperoleh gambar yang menarik. Tahap terakhir adalah pasca produksi yaitu pembuatan profil menggunakan aplikasi Kine Master Pro. Video profil kemudian disebarakan melalui media sosial yang dimiliki oleh Pemerintah Desa Dinoyo, serta paguyupan yang ada di Kampung Keramik.

Kata kunci: kampung tematik; kampung wisata keramik Dinoyo; strategi branding; video profil

Abstract

Thematic villages have now become one of the leading destinations in the city of Malang. One of the thematic villages that has been around for a long time is the Dinoyo Ceramic Tourism Village. However, this village has not been able to outperform other tourist villages that are newer. Therefore, branding is needed through making a company profile video so that it can be spread through various social media. The method of implementing this community service starts with a survey and mapping of problems in Kampung Keramik, conducting discussions and interviews with the Chairperson of the Kampung Keramik Tourism Association, then it is decided to make a profile video. Pre-production of profile videos through script and story board creation, casting, talent and actor preparation. The production stage was carried out for one month to obtain an attractive image. The final stage is post-production, namely creating a profile using the Kine Master Pro application. The profile video was then distributed through social media owned by the Dinoyo Village Government, as well as the associations in Kampung Keramik.

Keywords: Thematic village; Dinoyo ceramic tourism village; branding strategy; video profile

I. PENDAHULUAN

Kota Malang merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang telah lama menjadi pusat pariwisata di Indonesia namun kondisi pariwisatanya terbengkalai [1]. Padahal Kota Malang memiliki tiga cita-cita yang diungkapkan dalam visinya "Tri Bina Cita" yaitu Malang menjadi pusat pendidikan, Malang sebagai kota industri, dan ketiga Malang sebagai Kota Pariwisata [2]. Ketiganya saling mendukung sehingga dapat mengembangkan kesejahteraan masyarakatnya. Tujuan kota industri misalnya, Kota Malang tergolong unik karena sebagian besar industrinya disokong oleh industri menengah, kecil, dan mikro [3]. Salah satunya adalah industri keramik dan gerabah yang berada di Kelurahan Dinoyo, dengan nama Kampung Wisata Keramik.

Perkembangan kampung wisata keramik ini dapat ditelusuri sejak tahun 1955 ketika ditemukannya bahan baku porselen terbaik dari tanah liat putih di beberapa lokasi, seperti Malang Selatan, Blitar, Trenggalek, dan Tuban. Menurut Ketua Paguyuban Kampung Wisata Keramik, H. Syamsul Arifin, pembuatan keramik di Kelurahan Dinoyo sudah dimulai lama dengan berdirinya pabrik Lembaga Penyelenggara Perusahaan-Perusahaan Industri Departemen Perindustrian (LEPPIN) pada tahun 1957. Bahkan pabrik itu sendiri diresmikan oleh Wakil Presiden RI pertama, Moh Hatta [4].

Sejak berdirinya LEPPIN, pembuatan gerabah dan keramik di Dinoyo terus mengalami peningkatan. Sayangnya, pada tahun 2003, pabrik LEPPIN tutup. Namun karena pegawai yang merupakan warga sekitar sudah membuat keramik selama puluhan tahun, keterampilan membuat keramik tetap melekat pada pengrajin keramik Dinoyo. Karena itu, masyarakat terus memproduksi keramik untuk dijual secara mandiri. Semakin lama, kemudian dibuatlah industri rumahan yang saling mendukung untuk mencapai pemasaran yang luas. Masyarakat Dinoyo awalnya hanya memproduksi gerabah dan keramik, ama-kelamaan, produksi keramik meningkat

sehingga segala jenis keramik sekarang diproduksi oleh warga.

Kampung Wisata Keramik merupakan kampung yang mayoritas warganya adalah pengrajin keramik. Kampung ini terletak di jalan MT.Haryono XI, Dinoyo, kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Mayoritas warga disana membuat suatu produk kreatif dengan bahan dasar tanah liat yang nantinya akan dijadikan sebuah keramik dengan bentuk serta fungsi yang berbeda-beda seperti vas bunga, cangkir, celengan dan bentuk produk keramik lainnya. Di Kampung Wisata Keramik Dinoyo mempunyai sebuah keunikan tersendiri yang bias dilihat dari sebagian besar produknya cenderung bermotif bunga dan terkesan lebih natural yang menjadikan ciri khas tersendiri dalam produk keramik yang dihasilkan oleh masyarakat Kampung Wisata Keramik tersebut.

Pabrik pembuatan keramik ditutup pada Tahun 2003, hal ini membuat warga sulit untuk menambah pengalaman dan pengetahuan tentang bagaimana cara dan proses pembuatan produk keramik tersebut. Namun kemudian seiring berjalannya waktu banyak warga Kampung Wisata Keramik tersebut mulai membuka toko-toko souvenir untuk dijadikan lahan pekerjaan bagi diri sendiri. Suhari juga menyatakan bahwa hasil produknya tidak selalu diminati oleh para turis atau masyarakat yang ingin membeli produk berbahan dasar tanah liat sehingga mereka harus terus termotivasi dalam menghasilkan suatu produk yang unik sehingga menarik perhatian pengunjung.

Saat ini terdapat sekitar 30 rumah pengrajin keramik yang aktif memproduksi keramik setiap hari. Meskipun kondisi dari tahun ke tahun mengalami tantangan, namun masyarakat tetap bertahan karena sebagian besar sudah memiliki pelanggan tetap di luar kota hingga ke luar negeri. Saat ini, rata-rata rumah produksi memiliki 2 sampai 5 pegawai yang dipekerjakan. Dengan pegawai yang diambilkan dari warga sekitar, kondisi ini turut membantu perekonomian warga Kota Malang khususnya di

sekitar Kampung Keramik.

Tak hanya sebagai tempat mencari souvenir dari bahan keramik saja, di kampung keramik Dinoyo tersebut, para pengunjung atau wisatawan juga bisa membuat keramik dengan tangan sendiri yang bisa dilakukan dengan pendampingan dari para pengrajin keramik di wilayah tersebut. Rombongan wisatawan yang datang juga bertujuan untuk belajar tentang proses pembuatan keramik kepada warga lokal. Para wisatawan atau rombongan pelajar yang berkunjung ke Kampung Keramik bahkan bisa mencoba untuk membuat kerajinan keramik sendiri dengan pendampingan dari warga yang sudah berpengalaman.

II. SUMBER INSPIRASI

Kehadiran kampung wisata tersebut sebenarnya sudah sesuai dengan kondisi Indonesia yang menempatkan pariwisata sebagai andalan pemerintahan untuk memperoleh devisa yang selama ini dikururkan oleh migas [5]. Pariwisata di Indonesia saat ini memiliki peluang yang sangat besar untuk menunjukkan kekayaan ataupun keanekaragaman, serta keunikan berbagai hasil karya masyarakat [6]. Namun yang dialami Kampung Wisata Keramik sedikit berbeda karena pengunjungnya mengalami penurunan sedangkan pengunjung kampung wisata lainnya meningkat.

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Kampung Wisata Keramik itulah dibutuhkan branding dan promosi. Penelitian yang pernah dilakukan mengungkap bahwa komunikasi yang dijalankan oleh para pengrajin cukup baik [7]. Beberapa *tools* yang bisa digunakan untuk melakukan branding misalnya pembuatan *content* untuk media sosial yang dapat menjangkau seluruh pengguna media sosial. Promosi bisa menjadi salah satu faktor yang berpengaruh untuk mengenalkan produk ke masyarakat sehingga produk tersebut laku di pasaran sehingga tidak tertinggal dengan kompetitor [8][9]. Guna mencapai penjualan yang baik, maka perlu

pembuatan media promosi tergantung dari barang dan jasa yang dipasarkan. Media sosial yang menayangkan video profil misalnya, bisa menjadi salah satu alternatif untuk menarik minat seseorang terhadap suatu produk berupa barang, jasa maupun hal lain seperti tempat wisata sekalipun [10].

Namun saat ini pemasaran di Kampung Wisata Keramik masih kurang menarik. Beberapa kendala yang dialami seperti cara mengemas informasi yang kurang menuju sasaran, tampilan informasi bahkan media yang di gunakan dalam mempromosikan tempat wisata tersebut. Untuk itu perlu adanya suatu media yang bisa dijadikan alternative atau pendukung dalam hal menarik perhatian pengunjung salah satunya adalah promosi menggunakan sebuah video profil. Video profil merupakan sebuah solusi kreatif yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan pemasaran dan promosi diri. Pada umumnya video profil merupakan sebuah video atau rekaman yang menerangkan suatu perusahaan, namun video profil juga bisa digunakan untuk menyampaikan profil mengenai suatu daerah dan sebuah objek wisata agar masyarakat umum bisa mengetahui informasi mengenai objek tersebut. Harapannya video profil tersebut menarik keinginan untuk mengunjungi apa yang dipaparkan dalam video profil tersebut [11][12].

Kampung wisata merupakan suatu bentuk integrasi yang sudah direncanakan oleh pemerintah serta dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas penunjang dalam tatanan kehidupan masyarakat. Namun dalam hal ini perencanaan serta fasilitas yang disajikan dalam struktur kehidupan masyarakat adalah tradisi dan seni budaya yang berlaku di daerah tersebut. Kampung wisata memiliki tujuan untuk menghibur pengunjung atau wisatawan, memberikan pelajaran dan nilai-nilai baru dalam hal kesenian sejarah, karena salah satu aset kepariwisataan adalah kampung wisata yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan daya tariknya sehingga masyarakat dari luar bisa saling belajar sedangkan

masyarakat sekitar dapat lebih berdaya karena produknya dibeli [13]. Sekaligus kondisi ini meningkatkan kapasitas hidup masyarakat karena potensi ekonominya juga turut terdongkrak [14].

Pengembangan kampung wisata merupakan salah satu usaha dalam menggali potensi untuk membuat sebuah kampung memiliki eksistensi dan nilai dimata masyarakat. Beberapa kampung wisata memiliki ciri khas seperti kuliner, fashion dan kerajinan-kerajinan tangan unik yang dapat dikategorikan ke dalam ekonomi industri kreatif. Potensi-potensi tersebut dapat dikembangkan menjadi sebuah sistem kepariwisataan dan akan membentuk sebuah kampung wisata industri kreatif yang digolongkan sebagai destinasi wisata minat khusus. Kampung wisata industri kreatif juga merupakan salah satu bentuk upaya yang tengah dikembangkan pemerintah untuk melayani pariwisata minat khusus dalam lingkup desa atau kampung.

Pembuatan video profil dipilih untuk memudahkan promosi dan menarik perhatian dari wisatawan. Karena dengan proses *branding* melalui sebuah video jauh lebih menarik untuk dilihat dibandingkan menggunakan foto atau artikel yang dibagikan pada sosial media. Terlebih lagi, persentase minat baca pada saat ini menurun, maka dari itu sebagian besar orang akan lebih memilih mendengarkan dan menonton sebuah video untuk mendapatkan informasi daripada membaca sebuah teks yang anjang. Dalam pembuatan video profil ini nantinya akan menggambarkan Kampung Wisata Keramik mulai dari fasilitas, sejarah singkat, serta produk-produk yang telah diproduksi dan siap jual.

Proses pembuatan video profil ini melewati beberapa tahapan, *pertama* persiapan dengan cara melakukan kunjungan ke lokasi Kampung Wisata Keramik. Di sana tim melakukan diskusi dengan beberapa penjual keramik serta Ketua Paguyuban yang mengetahui sejarah hingga perkembangan kampung keramik. Setelah kunjungan tersebut kemudian disusunlah ide guna membuat *profile video*

sesuai dengan apa yang direncanakan di awal. Pada bagian ini, tahapan pra-produksi sudah selesai. Setelah tahapan persiapan selesai, lalu tahapan berikutnya berupa perekaman video dan pengambilan gambar yang masuk dalam tahap produksi.

Usai seluruh gambar direkam, tahap pasca produksi dilaksanakan yaitu *editing* video untuk menggabungkan semua bahan yang telah diambil dari tahap produksi. Tahap ini mempunyai peran penting karena akan menentukan proses penyampaian informasi kepada khalayak sesuai dengan yang direncanakan. Selesainya tahap editing maka proses pembuatan video profil masuk ke tahap selanjutnya, yakni mengunggah video ke laman YouTube karena distribusinya melalui laman YouTube.

III. METODE KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 1 Februari 2022 sampai 29 Februari 2022 di Kampung Wisata Keramik Dinoyo, Jalan MT Haryono XI, Dinoyo, Kota Malang, Jawa Timur. Peralatan yang dibutuhkan adalah dua kamera DSLR, 2 tripod, *clip on*, serta *software* editing Kine Master yang mudah digunakan dan memiliki kualitas yang baik. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pembuatan video profil ini dimulai dari wawancara awal yang dilakukan pada 1 Februari 2022 sampai 6 Februari 2022 guna melakukan diskusi dan tanya jawab kepada pengurus paguyuban wisata.

Langkah kedua adalah kegiatan observasi lapang karena pembuatan video profil ini membutuhkan panca indera untuk mengalami seluruh aktifitas yang ada pada obyek abdimas yaitu Wisata Kampung Keramik. Kegiatan observasi ini juga mencatat dan memadukan seluruh rencana pengambilan gambar, menentukan spot mana di Kampung Wisata Keramik, fasilitas, suasana hingga ikon-ikon di kampung yang akan diambil. Selain itu, metode kepustakaan juga dilakukan untuk menguatkan data dan dokumentasi Kampung Wisata Keramik.

IV. KARYA UTAMA

Karya utaman kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari pra produksi, produksi, pasca produksi, dan rendering.

Pra Produksi

Tahapan awal dari pembautan video profil ini adalah pra produksi, yang merupakan persiapan awal yang meliputi pengolahan ide cerita profil, merencanakan dan menjadwalkan waktu pengambilan gambar, pembuatan *storyboard*, pembuatan narasi, *script*, serta menentukan aktor yang akan masuk dalam frame.

a. Ide

Dalam pembuatan video profil ini, penulis beserta teman-teman satu tim ingin membuat sebuah video dengan konsep menampilkan apa-apa saja yang ada di Kampung Wisata Keramik, seperti bagaimana suasana disana, produk-produk keramik yang di produksi oleh warga berbasis home industry, beberapa proses pembuatan serta jenis-jenis dari keramik itu sendiri. Video profil ini tentunya membahas sejarah singkat dari Kampung Wisata Keramik itu sendiri. Kemudian dalam video tersebut juga akan di muat sebuah video wawancara dengan Bapak H. Syamsul Arifin selaku ketua LPMK dan Pokdarwis setempat.

b. Storyboard

Tahap kedua ini memiliki tantangannya sendiri karena tim harus dapat menggambar rencana kerja di kertas. *Storyboard* sendiri membutuhkan kemampuan artistic agar sketsa yang digambar bisa dipahami oleh pembaca serta dapat digunakan panduan oleh sutradara bagaimana urutan jalan ceritanya. Storyboard juga berfungsi sebagai alat mengukut ketersampaian pesan dan gagasan dalam bentuk visual, karena bentuk teks sudah ada pada narasi dan *script*. Storyboard yang dibuat dalam kegiatan ini menggunakan gambar tangan yang dilengkapi dengan *scene*, adegan,

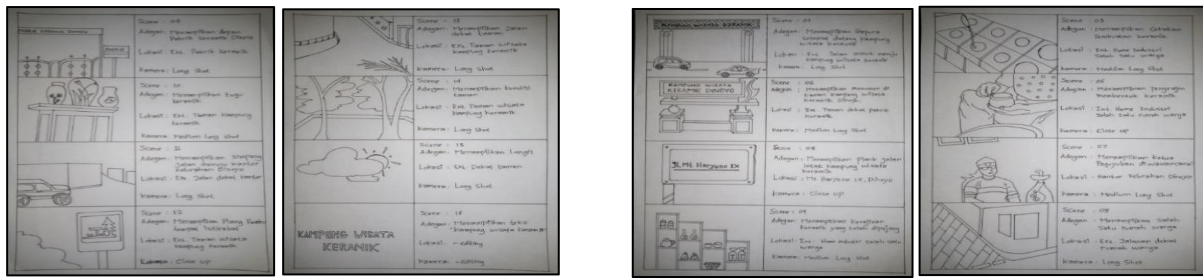
lokasi dan *angle* pengambilan gambar yang diperlukan. Meskipun storyboard bisa dilakukan menggunakan desain terkomputerisasi, namun hal itu masih menyulitkan tim. Dalam pembuatan video profil ini, penulis membuat *storyboard* dalam 4 lembar kertas HVS dengan masing-masing kertas terdapat 4 sketsa gambar. *Storyboard* yang telah dibuat oleh tim pengabdian dapat dilihat pada Gambar 1.

c. Naskah

Storyboard yang sudah selesai kemudian digunakan sebagai panduan untuk membuat naskah atau *script* berbentuk tekstual. Urutan dalam naskah ini juga sama dengan storyboard karena keduanya harus *match* agar tidak menyulitkan dalam proses produksi. Script ini berisi gambaran yang menyeluruh terkait dengan video yang akan diproduksi. Script juga berfungsi sebagai panduan untuk *crew* maupun pemain sehingga tidak melenceng dari cerita awal. Dalam video profil ini penulis dan tim membuat naskah sekaligus membuat narasi seputar informasi mengenai Kampung Wisata Keramik seperti kondisi serta apa saja yang ada di sana. Di bawah ini merupakan naskah video Profil Kampung Wisata Keramik. Naskah dalam video profil ini dimulai dari Bumper, scene 1, scene 2, dan seterusnya. Naskah video profil Kampung Wisata Keramik yang telah dibuat oleh tim pengabdian dapat dilihat pada Gambar 2.

V. ULASAN KARYA

Didalam naskah yang dibuat oleh tim pengabdian tentu juga terdapat sebuah narasi yang akan membantu menjelaskan isi dari video profil ini. Narasi dibuat dalam bentuk file, kemudian melakukan perekaman suara menggunakan narasi tersebut. Narasi yang membantu menjelaskan isi dari video profil ini dapat dilihat pada Gambar 3 dan Tabel 1.



Gambar 1. Storyboard Video Profil Kampung Wisata Keramik

<p>BUMPER Menampilkan logo Malang Kucewara dan logo UNITRI</p> <p>EXT. TAMAN KAMPUNG WISATA KERAMIK Menampilkan monumen bertuliskan Kampung wisata keramik Dinoyo VO. "Sentra industri keramik dinoyo telah berdiri sejak 1930-an"</p> <p>EXT. JL. MAYJEN HARYONO XII Menampilkan depan kantor lurah Dinoyo VO. "Tahun 1953 berdiri lembaga penyelenggara-penyelenggara perusahaan-perusahaan industri departemen perindustrian"</p> <p>EXT. TAMAN KAMPUNG WISATA KERAMIK Menampilkan tugu keramik raksasa VO. "Lalu tahun 1957 didirikanlah pabrik"</p>	<p>keramik dinoyo"</p> <p>INT. RUMAH PENGRAJIN KERAMIK Menampilkan bahan-bahan pembuatan keramik VO. "Yang terletak di Jl. Mt Haryono 9 No.336, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur"</p> <p>INT. HOME INDUSTRI SALAH SATU WARGA Menampilkan cetakan pembuatan keramik VO. "Setelah beberapa waktu, pabrik keramik tersebut ditutup karena beberapa alasan seperti stagnansi produksi. Hal tersebut sangat berdampak pada masyarakat sekitar yang bekerja sebagai pengrajin keramik karena warga di sana mengandalkan hidup dari keramik"</p> <p>INT. RUMAH PENGRAJIN KERAMIK Menampilkan pengrajin membentuk keramik VO. "Namun warga sekitar tidak menyerah. Karena kemampuan satu-satunya adalah membuat keramik, akhirnya warga merintis industri keramik skala rumah tangga (home industries) agar kehidupan warga tetap berjalan. Meskipun awalnya kesulitan namun semakin lama industri rumahsani ini menjadi salah satu sentra keramik di Kota Malang"</p>	<p>EXT. KANTOR KELURAHAN DINOYO Menampilkan ketua paguyuban diwawancara POV. "Ternyata di sekitar Jawa Timur ini ada di Malang Selatan, Bilar, Trenggalek, Tuban, terdapat bahan baku yang bisa dibuat menjadi keramik porselen yaitu keramik yang bahan bakunya dari tanah liat putih atau tanah caolin. Kemudian tahun 1957 mulai dikembangkan dan berkembang sampai sekarang. Sedangkan orientasi produksi mengarah ke keramik hias, baik souvenir, vas Bunga atau pun barang-barang hias lainnya"</p> <p>EXT. JALANAN DEKAT RUMAH WARGA Menampilkan salah satu rumah warga VO. "Para pengrajin terus berinovasi terhadap produk-produk keramik yang dihasilkan, guna memenuhi permintaan pasar dan supaya tetap eksis. Untuk model dan desain keramik juga menyesuaikan pesanan dari para konsumen"</p>
<p>EXT. PABRIK KERAMIK Menampilkan depan pabrik keramik Dinoyo VO. "Pada awalnya produk kerajinan yang dihasilkan pada saat itu berupa perlengkapan makan & minum, antara lain seperti : piring, cangkir, moci, basi, sehingga dikenal dengan pabrik piring. Lalu berkembang menjadi peralatan isolator listrik"</p> <p>EXT. TAMAN KAMPUNG WISATA KERAMIK Menampilkan tugu keramik raksasa VO. "Di tahun 1980-an berkembang menjadi keramik hias hingga sampai saat ini. Para wisatawan bisa secara langsung melakukan praktik membuat keramik dengan didampingi ahlinya"</p> <p>EXT. JALAN DEKAT KANTOR KELURAHAN DINOYO Menampilkan simpang jalan menuju kantor kelurahan Dinoyo VO. "Dalam RW 03 yang dipimpin oleh Drs. Sudijar terdapat 7 Rukun Tetangga (RT)"</p>	<p>EXT. TAMAN KAMPUNG WISATA KERAMIK Menampilkan plang rambu tempat istirahat VO. "H. Syamsul Arifin selaku ketua LPMK & Pokdarwis dan Bapak Sony Soehato selaku Ketua paguyuban Keramik Dinoyo"</p> <p>EXT. TAMAN KAMPUNG WISATA KERAMIK Menampilkan jalan dekat taman VO. "Jumlah anggota dari paguyuban keramik terdiri dari 26 Anggota yang tersebar di RW 03. Selain berprofesi sebagai pengrajin sebagian besar warga juga bekerja dengan berjualan barang kebutuhan sehari-hari, baik itu toko sembako, makanan, atau usaha dagang lainnya"</p> <p>EXT. TAMAN KAMPUNG WISATA KERAMIK Menampilkan kondisi taman VO. "Sarana prasarana yang tersedia antara lain 3 Masjid,Musholla, Lumbung desa (balai RW)/ Pabrik Keramik beserta perlengkapannya. Sejahtah ini potensi asli yang dimiliki yaitu kerajinan keramik yang berupa home industry"</p>	<p>Karena lokasinya di perkotaan sehingga hasil alamnya bisa dikatakan sangat kecil/bahkan hampir tidak ada"</p> <p>EXT. DEKAT TAMAN Menampilkan langit VO. "Akses terhadap layanan publik seperti rumah sakit, kampus, sekolah menjadi keuntungan tersendiri karena sangat strategis"</p> <p>CLOSING Menampilkan teks "Kampung Wisata Keramik"</p>

Gambar 2. Naskah Video Profil Kampung Wisata Keramik

<p>"SENTRA INDUSTRI KERAMIK DINOYO TELAH BERDIRI SEJAK 1930-AN// TAHUN 1953 BERDIRI LEMBAGA PENYELENGGARA-PENYELENGGARA PERUSAHAAN-PERUSAHAAN DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN// LALU TAHUN 1957 DIDIRIKANLAH PABRIK KERAMIK DINOYO// YANG TERLEKAT DI JL. MT HARYONO 9 NO.336DINOYO,KEC. LOWOKWARU/ KOTA MALANG/ JAWA TIMUR//</p> <p>SETELAH BEBERAPA WAKTU/PABRIK KERAMIK TERSEBUT DITUTUP KARENA BEBERAPA ALASAN/ SEPERTI STAGNASI PRODUKSI// HAL TERSEBUT SANGAT BERDAMPAK PADA MASYARAKAT SEKITAR YANG BEKERJA SEBAGAI PENGRAJIN KERAMIK KARENA WARGA DI SANA MENGANDALKAN HIDUP DARI KERAMIK//</p> <p>NAMUN WARGA SEKITAR TIDAK MENYERAH KARENA KEMAMPUAN SATU-SATUNYA ADALAH MEMBUAT KERAMIK/ AKHIRNYA WARGA MERINTIS INDUSTRI KERAMIK SKALA RUMAH TANGGA (HOME INDUSTRIES) AGAR KEHIDUPAN WARGA TETAP BERJALAN// MESKIPUN AWALNYA KESULITAN NAMUN SEMAKIN LAMA INDUSTRI RUMAHAN INI MENJADI SALAH SATU SENTRA KERAMIK DI KOTA MALANG/ ANTARA LAIN SEPERTI : PIRING, CANGKIR, MOCI, BASI, SEHINGGA DIKENAL DENGAN PABRIK PIRING// LALU BERKEMBANG MENJADI PERALATAN ISOLATOR LISTRIK//</p>	<p>DI TAHUN 1980-AN BERKEMBANG MENJADI KERAMIK HIAS HINGGA SAMPAI SAAT INI// PARA WISATAWAN BISA SECARA LANGSUNG MELAKUKAN PRAKTIK MEMBUAT KERAMIK DENGAN DIDAMPINGI AHLINYA// DALAM RW 03 YANG DIPIMPIN OLEH DRS. SUDIAR TERDAPAT 7 RUKUN TETANGGA (RT)// H. SYAMSUL ARIFIN SELAKU KETUA LPMK & POKDARWIS DAN BAPAK SONY SOEHATO SELAKU KETUA PAGUYUBAN KERAMIK DINOYO// JUMLAH ANGGOTA DARI PAGUYUBAN KERAMIK TERDIRI DARI 26 ANGGOTA YANG TERSEBAR DI RW 03 SELAIN BERPROFESI SEBAGAI PENGRAJIN SEBAGIAN BESAR WARGA JUGA BEKERJA DENGAN BERJUALAN BARANG KEBUTUHAN SEHARI-HARI//</p> <p>BAIK ITU TOKO SEMBAKO/ MAKANAN /ATAU USAHA DAGANG LAINNYA// SARANA PRASARANA YANG TERSEDIA ANTARA LAIN 3 MASJID/MUSHOLLA, LUMBUNG DESA (BALAI RW)/ PABRIK KERAMIK BESERTA PERLENGKAPANNYA/ SEJAUH INI POTENSI ASLI YANG DIMILIKI YAITU KERAJINAN KERAMIK YANG BERUPA HOME INDUSTRY// KARENA LOKASINYA DI PERKOTAAN SEHINGGA HASIL ALAMNYA BISA DIKATAKAN SANGAT KECIL/BAHKAN HAMPIR TIDAK ADA// AKSES TERHADAP LAYANAN PUBLIK SEPERTI RUMAH SAKIT, KAMPUS, SEKOLAH MENJADI KEUNTUNGAN TERSENDIRI KARENA SANGAT STRATEGIS//"</p>
---	---

Gambar 3. Narasi yang Membantu Menjelaskan Isi dari Video Profil

Tabel 1. Durasi Narasi

Scene	Visual	Narasi	Durasi
1.	Bumper		7 detik
2.	Taman Kampung Wisata Keramik	Sentra industri keramik dinoyo telah berdiri sejak 1930-an	12 detik
3.	Produk Keramik	Tahun 1953 berdiri lembaga penyelenggara-penyelenggara perusahaan-perusahaan departemen perindustrian	7 detik
4.	Bahan-Bahan Pembuatan Keramik	Lalu tahun 1957 didirikanlah pabrik keramik dinoyo	6 detik
5.	Proses Pembuatan Keramik	Yang terletak di Jl. Mt Haryono 9 No.336/Dinoyo/Kec. Lowokwaru/ Kota Malang/ Jawa Timur	8 detik
6.	Home Industry Salah Satu Warga	Setelah beberapa waktu/ pabrik keramik tersebut ditutup karena beberapa alasan seperti stagnasi produksi//Hal tersebut sangat berdampak pada masyarakat sekitar yang bekerja sebagai pengrajin keramik/ karena warga di sana mengandalkan hidup dari keramik//	15 detik
7.	Pemotongan dan Penjemuran Keramik	Namun warga sekitar tidak menyerah// Karena kemampuan satu-satunya adalah membuat keramik/ akhirnya warga merintis industri keramik skala rumah tangga (home industries)/ agar kehidupan warga tetap berjalan//	17 detik
8.	Produk Keramik Siap Jual	Para pengrajin terus berinovasi terhadap produk-produk keramik yang dihasilkan/ guna memenuhi permintaan pasar dan supaya tetap eksis// Untuk model dan desain keramik juga menyesuaikan pesanan dari para konsumen// Pada awalnya produk kerajinan yang dihasilkan pada saat itu berupa perlengkapan makan & minum/ Antara lain seperti : piring, cangkir, moci, basi, sehingga dikenal dengan pabrik piring// Lalu berkembang menjadi peralatan isolator listrik	18 detik
9.	Wawancara Ketua Paguyuban (H. Syamsul Arifin)	Ternyata di sekitar Jawa Timur ini ada di Malang Selatan/ Biltar/ Trenggalek/ Tuban./terdapat bahan baku yang bisa dibuat menjadi keramik porselen yaitu keramik yang bahan bakunya dari tanah liat putih atau tanah caolin// Kemudian tahun 1957 mulai dikembangkan dan berkembang sampai sekarang//Sedangkan orientasi produksi mengarah ke keramik hias/ baik souvenir/ vas bunga ataupun barang-barang hias lainnya	36 detik
10.	Suasana Kampung Wisata Keramik	Di tahun 1980-an berkembang menjadi keramik hias hingga sampai saat ini// Para wisatawan bisa secara langsung melakukan praktik membuat keramik dengan didampingi ahlinya	10 detik
11.	Taman Kampung Wisata Keramik	Dalam RW 03 yang dipimpin oleh Drs. Sudijar terdapat 7 Rukun Tetangga (RT)// H. Syamsul Arifin selaku ketua LPMK & Pokdarwis dan Bapak Sony Soehato selaku ketua paguyuban Keramik Dinoyo	14 detik
12.	Bekas Pabrik Pembuatan Keramik	Jumlah anggota dari paguyuban keramik terdiri dari 26 Anggota yang tersebar di RW 03 Selain berprofesi sebagai pengrajin sebagian besar warga juga bekerja dengan berjualan barang kebutuhan sehari-hari// Baik itu toko sembako/ makanan /atau usaha dagang lainnya	17 detik
13.	Jalan Dekat Kelurahan Dinoyo	Sarana prasarana yang tersedia antara lain 3 Masjid/Musholla, Lumbung desa (balai RW)/ Pabrik Keramik beserta perlengkapannya	10 detik
14.	Persimpangan Dekat Taman Kampung Wisata Keramik	Sejauh ini potensi asli yang dimiliki yaitu kerajinan keramik yang berupa home industry// Karena lokasinya di perkotaan sehingga hasil alamnya bisa dikatakan sangat kecil/bahkan hampir tidak ada	10 detik
15.	Jalan Menuju Kampung Wisata Keramik	Akses terhadap layanan publik seperti rumah sakit, kampus, sekolah menjadi keuntungan tersendiri karena sangat strategis	8 detik
16.	Closing		8 detik

Produksi

Produksi adalah tahap pengambilan data yang dibutuhkan sesuai naskah dan storyboard. Pada tahap produksi ini kegiatan yang dilakukan antara lain pengambilan video, perekaman suara dan pembuatan judul. a) Proses Pengambilan Gambar. Proses pengambilan gambar dilakukan dengan berpedoman pada naskah, dan storyboard. Dalam proses perekaman gambar menggunakan kamera DSLR. b) Proses Perekaman Suara. Di dalam proses perekaman suara saat wawancara dilakukan bersamaan dengan proses pengambilan gambar. Sedangkan dalam pembuatan narasi video ini, untuk merekam narasi menggunakan perekam suara di smartphone. c) Proses Pembuatan Bumper. Bumper merupakan motion graphic yang biasanya di gunakan dalam awal atau akhir (bumper in/out) sebuah video, dalam penggunaannya bisa dilihat sebagai title untuk video, pembuka program televisi, elemen - elemen grafis yang muncul di layar kaca. Dalam proses ini bisa menampilkan logo, teks, effect, dan juga audio. Pada bumper, penulis menggunakan logo Malang Kucecwara dan logo Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. Sedangkan dalam pembuatan judul video penulis menggunakan fitur dalam aplikasi Kinemaster dan diberikan efek animasi teks pada judul tersebut. Latar belakang yang digunakan yaitu transparan.

Pasca Produksi

Tahap pasca produksi yaitu tahapan editing, dimana potongan-potongan video disusun sesuai dengan naskah yang telah dibuat agar dapat menyampaikan informasi secara utuh. a) Transfer Data. Transfer data yaitu pemindahan file video dari kartu memori kamera ke komputer kemudian transfer lagi ke smartphone untuk selanjutnya diolah. b) Importing File. Importing file yaitu memindahkan hasil rekaman, gambar, dan audio kedalam perangkat lunak editing untuk kemudian diolah. Perangkat lunak yang akan digunakan dalam proses selanjutnya yaitu editing, penulis menggunakan aplikasi dalam

smartphone yaitu Kinemaster dan aplikasi VN. c) Editing Video. Proses editing merupakan penggabungan dari semua unsur multimedia yang diperlukan untuk membuat video profil sehingga menghasilkan sebuah informasi yang ingin disampaikan secara utuh. Proses editing meliputi beberapa hal mendasar yaitu memotong gambar ke gambar (cut to cut) dan menggabungkan potongan-potongan gambar dengan menyisipkan transisi diantara dua gambar. Perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan proses editing yaitu aplikasi Kinemaster dan aplikasi VN. Langkah pertama yang dilakukan dalam proses editing yaitu menyatukan potongan-potongan gambar sehingga menjadi satu video utuh sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Kemudian menyesuaikan backsound, narasi, dan juga suara asli dari video tersebut.

Rendering

Rendering merupakan tahap akhir dari proses editing untuk memperoleh sebuah video utuh dengan format yang dapat diputar menggunakan video player. Tersedia banyak pilihan format file pada aplikasi Kinemaster, sehingga kita bisa memilih sesuai kebutuhan maupun keinginan. Pada video profil ini penulis menggunakan format file mp4 dengan resolusi 720p dan jumlah frame 30 dalam satu detik.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa setelah selesainya pembuatan video profil Kampung Wisata Keramik Dinoyo dengan teknik editing menggunakan aplikasi smartphone Kinemaster, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil aplikasi yang dibuat menyajikan sebuah video profil Kampung Wisata Keramik sebagai alat publikasi dan informasi kepada masyarakat dalam bentuk audio visual. Video profil ini berisi tentang sejarah singkat Kampung Wisata Keramik dan fasilitas-fasilitas yang disediakan disana. Video profil Kampung Wisata Keramik ini juga bisa di jadikan media promosi wisata atau infestasi bagi masyarakat yang ingin berkunjung ke Kampung Wisata Keramik.

Mengenai proses produksi video profil Kampung Wisata Keramik, persiapan yang dilakukan saat turun kelapangan dalam sebuah pengambilan gambar video diantaranya yaitu mempersiapkan kelengkapan alat seperti, kamera, lensa, baterai, laptop, smartpahone, dan memory, melakukan observasi awal untuk menentukan angle yang pas, melakukan eksekusi pengambilan gambar / video.

Hambatan-hambatan yang sering dihadapi dalam proses produksi yaitu pada alat berupa baterai yang habis dan kamera yang mendadak mati. Hambatan lainnya yaitu tanpa disadari memory kamera penuh sehingga pengambilan videonya tidak bisa menyimpan, sehingga mengulang lagi untuk pengambilan gambar.

VII. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Profil video yang dibuat dengan baik dapat memberikan gambaran bagaimana keindahan tempat wisata dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh gambar statis atau deskripsi teks. Video profil sangat penting untuk branding dan memungkinkan wisatawan untuk membayangkan secara imajinatif saat mereka berada di lokasi. Hubungan emosional dan inspirasi ini dapat meningkatkan kemungkinan wisatawan memilih destinasi tersebut untuk perjalanan wisatawan.

Membuat video profil branding di Kampung Wisata Keramik memberikan beberapa dampak dan manfaat positif:

- a. Video Kampung Wisata Keramik sangat menarik secara visual, menjadikannya media yang sangat baik untuk menampilkan keindahan dan atraksi tempat wisata. Profil branding video yang dibuat dengan baik dapat menangkap esensi lokasi, fitur uniknya, dan pengalaman yang ditawarkannya. Hal ini dapat membangkitkan minat wisatawan potensial dan membujuk mereka untuk mengunjungi tempat tersebut. Ketika orang melihat suatu tempat menjadi hidup melalui

video, hal itu dapat meninggalkan kesan abadi dan memotivasi mereka untuk menjelajah lebih jauh.

- b. Konten video Kampung Wisata Keramik memiliki potensi besar untuk menjadi viral dan menjangkau khalayak luas di berbagai platform seperti media sosial, situs web berbagai video, dan platform terkait perjalanan. Dengan membagikan profil branding video secara online, tempat wisata tersebut dapat memperoleh eksposur di luar metode pemasaran tradisional. Visibilitas yang meningkat ini dapat menarik wisatawan dari berbagai belahan dunia yang mungkin tidak menemukan tempat tersebut melalui saluran periklanan konvensional. Alhasil, destinasi tersebut dapat mengalami peningkatan pariwisata baik domestik maupun internasional.
- c. Profil branding video Kampung Wisata Keramik yang dibuat secara profesional dapat secara signifikan meningkatkan keseluruhan citra dan persepsi merek destinasi. Ini memungkinkan tempat untuk mengomunikasikan nilai jual, budaya, dan identitas uniknya secara lebih efektif. Saat wisatawan mengasosiasikan emosi dan pengalaman positif dengan tempat tersebut melalui video, ini membantu membangun citra merek yang lebih kuat dan lebih menarik. Hasilnya, tempat wisata tersebut dapat menonjol dari pesaing dan memposisikan dirinya sebagai tujuan yang harus dikunjungi, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan bagi perekonomian lokal.

VIII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mirajanatin, H.P., Sutikno, F.R., dan Sari, N. 2013. Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang Berdasarkan Stakeholder. *Jurnal Tata Kota Dan Daerah*, 5(1):47-54.

- [2] Pemkot Malang. 2021. Tri Bina Cita-Pemerintah Kota Malang. Malangkota.Go.Id. Diakses pada 21 Januari 2023. <https://malangkota.go.id/sekilas-malang/tri-bina-cita/>.
- [3] Barenlitbang Malang. 2019. UKM dan IKM Watermark. Barenlitbang.Malangkota.Go.Id. Diakses pada 21 Januari <https://barenlitbang.malangkota.go.id/wp-content/uploads/2019/07/UKM-dan-IKM-Watermark.pdf>.
- [4] Arifin, S. 2021. Wawancara Pribadi: Sejarah Kampung Wisata Keramik Kota Malang.
- [5] Kuntadi. 2019. Kalahkan Migas, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar USD19,2 Miliar : Okezone Economy. Okezone.Com. Diakses pada 22 Januari 2023. <https://economy.okezone.com/read/2019/08/22/320/2095457/kalahkan-migas-pariwisata->
- [6] Rahma, A.A. 2020. Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1):1-8.
- [7] Qorib, F dan Syahida, A.R. 2018. Pola Komunikasi Pariwisata Pengrajin Keramik Di Kelurahan Dinoyo Kota Malang. *Reformasi*, 8(2):151-161.
- [8] Setiawan, Amalina, N dan Hamid, F. 2014. Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2):184-194.
- [9] Qorib, F dan Syahida, A.R. 2018. Decreasing Popularity Of Ceramic Tourism Village Of Dinoyo Malang In New Media Age. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2):31-38.
- [10] Aan, A., Kertiasih, N.K., Kertiasih, N.K., Budhayasa, I.P., dan Budhayasa, I.P. 2017. Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 6(2):238.
- [11] Purwanto, A. 2014. Pembuatan Video Profil Tempat Wisata Unggulan Di Klaten Sebagai Media Promosi. *Data Manajemen Dan Teknologi Informasi (DASI)*, 15(3):37-39.
- [12] Wiratna, H dan Lakoro, R. 2017. Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik Infografis. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2):94-99.
- [13] Masthura, F dan Fikriah. 2018. Peran Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan dan Pendapatan Warga Lokal (Studi Kasus: Iboih, Sabang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 3(4):615-624.
- [14] Sulastrri, S. 2020. Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Lampung Timur. *Fidusia : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 13-27.

IX. UCAPAN TERIMA KASIH

Diucapkan terima kasih kepada semua tim dosen dan mahasiswa yang telah bekerjasama sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan sukses.