INOVA: Journal of Innovation and Community Development
Volume 1 Nomor 1, Januari 2026, pp. 32-39
Website: https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/inova

Optimalisasi Promosi Digital melalui Pembaruan Video Profil Desa Wisata Brayut, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Mahdatul Kiftiah[1], Az Zahra Miftach Maharani[2], Abdul Basit Ridha[3]
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia[123]
Email: mahdatulkiftiah98388@gmail.com[1], azmaharani04@gmail.com[2],
abdulbasitridha07@gmail.com[3]

Abstract:
This community service activity aims to optimize the digital promotion of Brayut Tourism Village through updating village profile videos as a media for information and tourism promotion. Brayut Tourism Village has a variety of potentials, such as local culture, community traditions, agriculture, culinary, and a rural atmosphere that is still preserved. The profile video update was carried out to introduce the potential of the village more widely, interestingly, and in accordance with the current conditions. The method used in this activity is a participatory approach by involving tourism village managers and the community in every stage, starting from potential identification, location surveys, video concept preparation, image shooting, to video editing. The results of the activity show that the profile video produced is able to display the cultural potential, traditions, and tourism of Brayut Village in a more informative and interesting way. This program also received a positive response from the community because it was considered to be able to strengthen village promotion, increase tourist attraction, and support local economic development. Thus, the update of the profile video becomes an effective digital promotional media in expanding the reach of information and strengthening the branding of Brayut Tourism Village.

Keywords: *Digital promotion, profile video, tourism village, community participation*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan dalam strategi promosi sektor pariwisata. Salah satu media promosi yang efektif adalah video profil karena mampu menyajikan informasi secara visual, menarik, dan mudah disebarluaskan melalui berbagai platform digital. Video profil merupakan media promosi digital yang efektif karena mampu menyajikan informasi destinasi secara visual, naratif, dan lebih menarik bagi calon wisatawan dibandingkan media konvensional (Andi Muhammad Fajar Maulana Ramahdan et al., 2025). Video profil tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media *branding* destinasi, pemetaan potensi desa, serta penyampaian informasi kepada masyarakat dan calon wisatawan (Haryanto, 2020). Oleh karena itu, pembaruan video profil menjadi kebutuhan penting bagi desa wisata agar informasi yang disampaikan tetap relevan dengan perkembangan potensi yang dimiliki. Selain itu, media video juga terbukti lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiensi dalam promosi destinasi wisata (Lady Faerrosa, Qatrunnada, 2025).

Desa Wisata Brayut yang berada di Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu desa wisata berbasis budaya

dan pertanian yang telah berkembang sejak akhir tahun 1990-an. Desa ini menawarkan berbagai aktivitas wisata, seperti edukasi pertanian, pelestarian budaya Jawa, kesenian tradisional, kuliner khas, hingga kehidupan masyarakat pedesaan yang masih terjaga. Keunikan tersebut menjadikan Desa Wisata Brayut sebagai salah satu destinasi wisata berbasis masyarakat yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Potensi desa wisata berbasis budaya dan pertanian seperti Desa Wisata Brayut perlu didukung dengan strategi promosi digital yang tepat agar mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya (Komang Sri Widiantari & Luh Ika Manika Sari, 2024).

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan diskusi dengan pengelola Desa Wisata Brayut, diketahui bahwa media promosi digital yang dimiliki, khususnya video profil desa, belum diperbarui sehingga belum mampu merepresentasikan perkembangan potensi wisata yang ada saat ini. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa banyak desa wisata masih menggunakan media promosi lama yang belum menampilkan pembaruan fasilitas, atraksi, dan aktivitas wisata secara lengkap sehingga perlu dilakukan pembaruan media digital (Abidin et al., 2024). Hasil observasi tersebut diperkuat melalui penelusuran dokumentasi digital pada platform *YouTube*, yang menunjukkan bahwa video-video mengenai Desa Wisata Brayut masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan, liputan media, maupun video promosi yang telah di publikasikan beberapa tahun sebelumnya sehingga belum menampilkan secara utuh perkembangan fasilitas, atraksi wisata, aktivitas masyarakat, serta inovasi terbaru yang dimiliki desa. Media video yang diperbarui dapat meningkatkan daya tarik wisata karena memberikan gambaran visual yang lebih nyata kepada calon wisatawan (Alya Adelia Nupus, 2025). Kondisi ini menyebabkan informasi yang diterima calon wisatawan belum sepenuhnya menggambarkan identitas dan potensi aktual Desa Wisata Brayut sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan masyarakat.

Permasalahan tersebut berdampak pada kurang optimalnya upaya *branding* dan promosi digital Desa Wisata Brayut. Padahal, *branding* lokal yang berkelanjutan berperan penting dalam memperkuat identitas destinasi, meningkatkan nilai tambah potensi lokal, serta mendukung keberlanjutan sosial dan ekonomi masyarakat (Kamaruddin et al., 2025). Sejalan dengan itu, digitalisasi media promosi menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan informasi, meningkatkan daya saing destinasi wisata, serta mendorong peningkatan kunjungan wisatawan (Rosyiidah, 2024). Digitalisasi profil desa melalui video promosi juga terbukti mampu meningkatkan daya tarik wisata serta memperluas jangkauan promosi destinasi wisata (Lady Faerrosa, Qatrunnada, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pembaruan video profil Desa Wisata Brayut sebagai media

promosi digital. Kegiatan ini dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan pengelola desa wisata dan masyarakat dalam proses identifikasi potensi, penyusunan konsep, pengambilan gambar, hingga penyuntingan video. Pelibatan masyarakat dilakukan agar video yang dihasilkan mampu menggambarkan karakteristik, keunikan budaya, serta potensi unggulan Desa Wisata Brayut secara lebih autentik.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah menghasilkan video profil terbaru yang mampu menyajikan informasi mengenai potensi Desa Wisata Brayut secara lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan kondisi terkini. Digitalisasi profil desa melalui video promosi bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata serta memperkuat strategi pemasaran berbasis digital (Komariah et al., 2025). Melalui pembaruan video profil tersebut diharapkan promosi digital Desa Wisata Brayut menjadi lebih optimal, memperkuat *branding* destinasi, meningkatkan daya tarik wisatawan, serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat melalui bertambahnya kunjungan wisata.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wisata Brayut, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan sasaran masyarakat desa, khususnya pengelola Desa Wisata Brayut. Program dilaksanakan pada tanggal 6–28 Agustus 2025 dengan tujuan memperbarui video profil desa sebagai media promosi digital yang mampu meningkatkan daya tarik wisatawan.

Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan partisipatif *(Participatory Approach),* yaitu melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan, mulai dari identifikasi potensi desa hingga proses pembuatan video profil. Pendekatan ini dipilih agar video yang dihasilkan sesuai dengan karakteristik, kebutuhan, dan potensi Desa Wisata Brayut.

Tahapan pelaksanaan kegiatan diawali dengan wawancara kepada pengelola dan masyarakat untuk mengidentifikasi potensi wisata, budaya, serta informasi yang akan ditampilkan dalam video profil. Selanjutnya dilakukan observasi dan survei lokasi untuk menentukan titik pengambilan gambar serta menilai kondisi lapangan. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun konsep video, meliputi penentuan tema, alur cerita, naskah, dan skenario pengambilan gambar. Setelah konsep disepakati bersama melalui diskusi dengan mitra, dilakukan proses produksi video, yang melibatkan masyarakat sebagai narasumber maupun pemeran dalam pengambilan gambar. Tahap akhir berupa penyuntingan (*editing*) dan penyempurnaan video profil sebelum diserahkan kepada pengelola Desa Wisata Brayut sebagai media promosi digital.

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan melalui diskusi dan umpan balik dari pengelola desa wisata mengenai kesesuaian isi video dengan potensi desa, kualitas visual, serta manfaat video sebagai media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan Desa Wisata Brayut kepada masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pembuatan video profil Desa Wisata Brayut telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat di Desa Brayut. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan agar berkunjung ke Desa Wisata Brayut. Partisipasi warga dalam pengambilan video sangat mendukung, mulai dari sesi pengambilan video maupun gambar dan sebagainya. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan manfaat bagi masyarakat salah satunya adanya peningkatan ekonomi lokal. Hal ini sesuai dengan teori Achmad Gani, Moh. Zulkifli Murfat (2023) di mana di kota-kota besar di Indonesia telah memiliki *website* masing-masing, di dalam *website* tersebut pihak pemerintah daerah bisa memperkenalkan profil daerah mereka semaksimal mungkin dengan memasukkan informasi-informasi mengenai kondisi daerah mereka. Penggunaan *website* ini bisa sangat bermanfaat bagi peningkatan ekonomi daerah. Berbagai potensi daerah dapat ditampilkan dan dieksplorasi melalui informasi yang tersedia pada *website* tersebut.

Pelaksanaan program dimulai dengan langkah persiapan yang dimulai dari adanya pembicaraan maupun diskusi, kemudian diadakan survei yang dilakukan bersama masyarakat, pembicaraan dengan beberapa tokoh masyarakat di Desa Wisata Brayut terkait waktu pelaksanaan, dan penentuan lokasi yang memungkinkan kita mengambil video untuk ditampilkan sebagai profil Desa. Tim KKN kemudian menyiapkan peralatan yang dibutuhkan, seperti tripod *handphone* yang berfungsi sebagai penopang kamera agar tetap tegak dan stabil (Monisa et al., 2021). Selain itu, *handphone* digunakan sebagai perangkat utama untuk menghasilkan dokumentasi gambar dan video. Setiap vendor telepon genggam menawarkan keunggulan fitur kamera yang berbeda-beda, sehingga mampu menghasilkan kualitas gambar dan video yang baik serta menarik minat masyarakat, khususnya generasi milenial. Selain itu, tim juga memanfaatkan aplikasi pendukung seperti *Canva* dan *CapCut* sebagai alat dasar dalam proses pengeditan video. (Tanjung, 2016). Dengan persiapan yang baik, aktivitas bisa berjalan dengan teratur dan sesuai dengan rencana.



Gambar 1 Proses Perencanaan Program Kerja

Pada tahap diskusi/pembicaraan program kerja kami tidak hanya sekedar memaparkan rencana, melainkan kami juga menyatukan berbagai pendapat antara mahasiswa KKN dengan tokoh masyarakat Desa Wisata Brayut. Dari pembicaraan ini kami bisa membahas dari mana kita memulai, sumber daya apa yang dibutuhkan, serta bagaimana cara supaya tujuan yang direncanakan berjalan sesuai rencana dan kami dapat menghindari berbagai kendala. Dengan komunikasi yang baik antara mahasiswa KKN dengan masyarakat di desa Brayut membuat program ini berjalan dengan lancar meskipun terdapat sedikit kendala tetapi bisa diatasi dengan baik.



Gambar 2 Proses Pembuatan Video Profil Desa Wisata Brayut

Desa Wisata Brayut memiliki keindahan alam serta budaya yang masih terjaga dengan baik, sehingga desa ini memiliki potensi besar dalam berbagai bidang, seperti peternakan, perikanan, pertanian, dan sektor lainnya. Kondisi tersebut memudahkan proses pengambilan video di berbagai lokasi, terutama untuk menampilkan dan memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa Wisata Brayut. Selain itu, Desa Wisata Brayut juga memiliki kekayaan budaya dan tradisi yang hingga kini masih dipertahankan, sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk diangkat dalam video profil desa. Melalui pemanfaatan teknologi di era modern, video profil desa dapat menjadi media promosi yang efektif untuk memperkenalkan budaya, tradisi, serta ciri khas Desa Brayut secara lebih luas kepada masyarakat. Dengan demikian, video profil ini diharapkan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mengenal lebih dekat berbagai kekayaan lokal yang dimiliki, seperti pembuatan makanan tradisional, proses membatik, dan berbagai aktivitas budaya lainnya.



Gambar 3 Penayangan Video Profil Desa Wisata Brayut

Respons masyarakat terhadap video profil Desa Wisata Brayut sangat positif. Masyarakat menilai bahwa kegiatan ini bermanfaat karena mampu meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Brayut melalui penyajian informasi yang lebih luas mengenai tradisi, budaya, serta berbagai potensi yang dimiliki desa wisata tersebut. Dengan demikian, program kerja pengembangan media ini dinilai berhasil menumbuhkan daya tarik wisatawan sekaligus memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Dampak tersebut terlihat dari adanya manfaat praktis, seperti meningkatnya kunjungan ke warung makan dan usaha masyarakat lainnya, serta manfaat edukatif berupa tersedianya informasi baru yang dapat disebarluaskan kepada khalayak yang lebih luas.

Secara keseluruhan, inisiatif pembuatan video profil Desa Wisata Brayut telah berhasil mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Program kerja pengembangan media di Desa Wisata Brayut ini dilaksanakan oleh mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) UIN Alauddin Makassar bersama masyarakat setempat. Sebagai tahap awal, dilakukan survei untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap program kerja tersebut. Hasil survei menunjukkan tiga indikator penilaian utama, yaitu: (1) perencanaan program yang telah disepakati bersama, (2) pelaksanaan program sesuai dengan target yang telah direncanakan, dan (3) kelancaran pelaksanaan program kerja serta tingkat keberhasilan program pengembangan video profil Desa Wisata Brayut.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini dilakukan melalui pembaruan video profil Desa Wisata Brayut. Dengan adanya video profil, dapat menjadi solusi untuk memperkenalkan Desa ini secara luas dan menarik minat pengunjung. Pembaruan video secara berkala juga dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk mengetahui perkembangan dan potensi terbaru Desa Brayut. Oleh karena itu, penyampaian informasi melalui media video yang mudah diakses diharapkan mampu meningkatkan daya tarik pengunjung maupun wisatawan terhadap Desa Wisata Brayut.

UCAPAN TERIMA KASIH (jika ada)

Kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada Masyarakat di Desa Wisata Brayut yang telah terlibat secara aktif dalam pembaharuan profil Desa Wisata Brayut ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada perangkat desa, fasilitator, dan semua pihak yang telah mendukung dan bekerja sama dalam program ini. Partisipasi masyarakat sangat penting untuk kelancaran program ini. Melalui kegiatan pengabdian ini, kami berharap program pembaruan video profil Desa Wisata Brayut dapat memberikan dampak positif

bagi masyarakat setempat maupun wisatawan melalui penguatan promosi digital desa.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, A., Suharti, S., Ernawati, N., Muhammad, A., & Saiful, R. (2024). Upaya Branding Tempat Wisata Alam Pangjugjugan melalui Video Promosi di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2), 300–304. https://doi.org/https://doi.org/10.30999/jpkm.v14i2.3379

Achmad Gani, Moh. Zulkifli Murfat, A. A. G. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Website Profil Desa dalam Meningkatkan Perekonomian Warga Desa Paddinging Kecamatan Sanrobone Kabupaten Takalar. *Jurnal Balireso: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat,* 8(2), 47–53. https://doi.org/https://jurnal.umi.ac.id/index.php/balireso/article/view/261/120

Alya Adelia Nupus, U. A. (2025). Pembuatan Video Profil Desa Muncar sebagai Media Promosi Potensi Lokal dalam Pengembangan Pesa Wisata. *Jurnal Abdimas Bencoolen (JAB)*, 3(2), 56–61. https://doi.org/10.33369/abdimas.3.2.56-61

Andi Muhammad Fajar Maulana Ramahdan, Mia Rahayu, & Andri Machmury. (2025). Strategi Promosi Digital Melalui Video Profil di Desa Wisata Kebun Denassa Kabupaten Gowa Andi. *ITINERARY: Journal of Travel Operation and Travel Business*, 1(1), 20–35.

Haryanto, A. (2020). Penyuluhan PembuatanVideo Profil Desa Bedoyo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(1), 4–10. https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.24821/jas.v1i1.4697

Ilham Kamaruddin, Sri Rahmayana, Yuyun Faridatul Jannah, M. Alif Uday Zulham, Kasman, Febi Fatimah Fasiah Nur, Resky Auliya, N. R. A. P. (2025). Optimalisasi Video Profil Desa Untuk Meningkatkan Branding Lokal Desa Salohe Kecamatan Sinjai Timur. *Jurnal Lepa-Lepa Open,* 5(4), 480–485.

Komang Sri Widiantari, & Luh Ika Manika Sari. (2024). Pembuatan Video Branding " the Magic of Pura Tamba Waras " sebagai Media Promosi Digital Wisata Rohani di Desa Sangketa. *Jurnal ABDI*, 9(2), 134–139.

Komariah, K., Koswara, I., Subekti, P., & Padjadjaran, U. (2025). Digitalisasi Profil Desa Cijeunjing melalui Video Promosi untuk Peningkatan Daya Tarik Wisata. *JAICB Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 6(1), 160–173.

Lady Faerrosa, Qatrunnada, A. A. P. (2025). Pembuatan Video Promosi untuk Peningkatan Brand Image dan Brand Awareness. A*DMA Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 505–512. https://doi.org/10.30812/adma.v5i2.4597

Monisa, I., Hasibuan, A. Z., Aulia, R., & Setiani, M. (2021). Prototype Alat Pengontrol Pergerakan Tripod Berbasis Mikrokontroler. *ALGORITMA: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 5(2), 125–133.https://doi.org/https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/algoritma/article/view/10595/4881

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

Tanjung, M. R. (2016). Fotografi Ponsel (Smartphone) sebagai Sarana Media dalam Perkembangan Masyarakat Modern. *Jurnal Proporsi*, 1(2), 224–234.