

Manajemen Komunikasi Dalam Penyusunan Konten Video Komunikasi Pelayanan Publik Desa Wisata Lantan

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes¹, Hartin Nur Khusnia², Muhlis³, Asrin Dimas Tri Fathullah⁴, Eka Putri Paramita⁵, Kunawi Basyir⁶, Lalu M. Fascal Aimar⁷, Mahendra Zulkifli⁸, Muhammad Firdaus Juliandra Putra⁹

^{1,2,3,4,5,7,8,9}Prodi Ilmu Komunikasi, FHSIP, Universitas Mataram
⁶UIN Sunan Ampel Surabaya

Prodi Ilmu Komunikasi, FHSIP, Universitas Mataram Jalan Majapahit no 62 Mataram

Korespondensi: yulandatrisula@unram.ac.id

Artikel history :	Received	: 10 September 2025	DOI : https://doi.org/10.29303/pepadu.v7i1.9079
	Revised	: 25 Oktober 2025	
	Published	: 30 Maret 2026	

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Lantan bertujuan memenuhi kebutuhan Pokdarwis Solah untuk pengadaan video komunikasi pelayanan publik. Desa ini tergolong rintisan menurut data Kemenparekraf. Manajemen komunikasi yang rinci diperlukan dalam perencanaan, penyusunan program, implementasi, dan evaluasi konten video. Kegiatan ini bermanfaat bagi Pokdarwis dalam memenuhi kebutuhan data untuk Anugerah Desa Wisata Indonesia. Metode pengabdian dilakukan dalam beberapa tahap: Analisis kebutuhan melalui wawancara dengan Pokdarwis Solah dan observasi lokasi, penyusunan storyboard video menggunakan aplikasi Canva, sosialisasi storyboard via Zoom meeting dengan mitra, produksi video dengan pengumpulan materi sesuai storyboard, pasca produksi, termasuk editing dan sosialisasi hasil video kepada mitra. Hasil kegiatan pengabdian adalah telah 100% terlaksana sesuai dengan perencanaan bahwa kegiatan pertama adalah mendefinisikan masalah yaitu belum ada konten video terkait komunikasi pelayanan publik untuk memenuhi kebutuhan Anugerah Desa Wisata. Hasil fact finding menghasilkan data terkait atraksi untuk konten video, seperti interaksi dengan warga lokal, soft trekking, pembuatan gula aren, aktivitas begoboq, musik dan tarian tradisional, permainan tradisional, pertanian, bersepeda, dan kegiatan sungai. Diskusi dengan Pokdarwis Solah dilakukan untuk menyamakan persepsi dan memastikan kesesuaian antara kebutuhan dan pelaksanaan. Tim melakukan observasi lokasi untuk menentukan spot pengambilan konten dan membuat storyboard agar alur cerita sesuai kondisi lapangan. Proses produksi melibatkan tim pengabdian, pokdarwis, dan masyarakat setempat. Editing dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan aplikasi AI untuk narasi. Hasil video kemudian disosialisasikan kepada mitra melalui virtual zoom dan dievaluasi untuk hasil maksimal.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Komunikasi Pelayanan Publik, Desa Wisata Lantan, Konten Video

PENDAHULUAN

Desa wisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), desa wisata merupakan kawasan yang menggabungkan potensi wisata alam, budaya, atau buatan dengan pengelolaan terpadu. Tujuannya adalah memberdayakan warga lokal agar mereka bisa terlibat

langsung dan mendapat manfaat ekonomi dan sosial dari pengembangan pariwisata. Provinsi Nusat Tenggara Barat menurut pernyataan Kepala Dinas Pariwisata NTB pada Juli 2024, jumlah desa wisata yang secara resmi ditetapkan oleh pemerintah provinsi saat itu adalah **99 desa wisata**. Angka ini didasarkan pada Surat Keputusan Gubernur NTB Nomor 050.13-366 Tahun 2019 tentang Penetapan 99 Desa Wisata di Provinsi NTB. "99 Desa Wisata" adalah program andalan pemerintah provinsi yang fokus pada pendampingan dan dukungan terhadap desa-desa terpilih. Sejumlah desa yang tergabung dalam program ini telah menunjukkan perkembangan signifikan dan berhasil memenangkan penghargaan di ajang nasional. Salah satu Desa Wisata tersebut adalah Desa Wisata Lantan.

Desa Wisata Lantan yang terletak pada Kecamatan batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah. Status Desa Wisata Lantan berdasarkan jadesta kemenparekraf adalah rintisan. Selain status desa wisata tersebut, tantangan yang dihadapi oleh desa wisata adalah belum pernah masuk peringkat dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Tantangan tersebut menjadi upaya Desa Wisata dalam memenuhi indikator-indikator ADWI, seperti daya tarik, amenities, digital, kelembagaan dan sumber daya manusia, resiliensi. Dalam memenuhi kebutuhan desa wisata tersebut, peneliti fokus pada dua indikator, yaitu digital dan sumber daya manusia. Dua indikator tersebut, peneliti merancang dalam bentuk konten video yang dapat dimanfaatkan oleh pihak desa wisata untuk dipublikasikan di media social Youtube, serta menampilkan kredibilitas Pokdarwis Solah dalam memberikan mengkomunikasikan pelayanan kepada public yang tercantun dalam video tersebut. konten video yang ditampilkan menunjukkan komunikasi pelayanan public saja dengan mengedepankan kearifan local serta keterampilan yang ada di desa wisata untuk diketahui oleh public.

Peneliti dalam menyusun konten video terkait komunikasi pelayanan public serta promosi desa wisata sudah relevan dilakukan tahun 2022 hingga 2025. Pada tahun 2022 peneliti pernah mendapatkan hibah Kedaireka dengan topik penyusunan paket wisata di Lingkar Mandalika, tahun 2023 peneliti pernah merancang konten video komunikasi pelayanan public di Desa Wisata Karang Sidemen, tahun 2024 peneliti telah merancang konten video untuk promosi Desa Wisata Poto Tano, dan di tahun 2025 peneliti merancang konten video komunikasi pelayanan public di Desa Wisata Lantan. Dalam merancang konten video tersebut dibutuhkan manajemen komunikasi dengan pihak desa wisata, khususnya pokdarwis sebagai mitra pengguna agar konten video yang telah dirancang sudah sesuai dengan perencanaan penyusunan konten.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1). Analisis kebutuhan dengan metode pengumpulan data wawancara dengan pihak Pokdarwis Solah Desa Lantan dan observasi langsung meninjau lokasi pengambilan konten dengan indikator sesuai dengan hasil wawancara tersebut; (2). Penyusunan storyboard konten video melalui aplikasi canva; (3). Sosialisasi storyboard dengan pihak mitra Pokdarwis Solah melalui media zoom meeting; (4). Produksi konten video dengan pengumpulan materi di lapangan sesuai dengan storyboard; (5). pasca produksi yaitu proses editing video serta sosialisasi hasil video kepada pihak mitra Pokdarwis Solah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengadopsi definisi manajemen komunikasi menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013) merupakan fungsi manajemen dalam mengidentifikasi, menetapkan, dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks kegiatan pengabdian kepada masyarakat, peneliti berupaya membantu mitra pokdarwis Desa Wisata Lantan untuk memenuhi kebutuhan konten wisata, khususnya komunikasi pelayanan

kepada wisatawan. Komunikasi pelayanan public menurut Mulyana (2007), berpendapat bahwa komunikasi pelayanan publik adalah kunci bagi lembaga-lembaga publik untuk memastikan masyarakat menerima informasi yang akurat dan jelas. Dengan demikian, masyarakat dapat menggunakan layanan yang tersedia secara efektif. Ia juga menegaskan bahwa proses ini harus dilandasi oleh transparansi dan akuntabilitas. Oleh sebab itu, komunikasi pelayanan public menjadi penting dalam manajemen komunikasi yang dilakukan peneliti dengan pihak mitra dalam mewujudkan penyusunan konten video. Hal utama tersebut adalah pemberdayaan masyarakat lokal dan pengendalian informasi.

Pemberdayaan masyarakat lokal dalam konteks pengabdian kepada masyarakat ini, peneliti berupaya menampilkan kegiatan-kegiatan masyarakat di Desa Wisata Lantan, keterlibatan Pokdarwis Solah dan beberapa masyarakat di konten video menjadi pusat dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Dalam pengendalian informasi Pokdarwis dapat menjadi sumber informasi utama yang terpercaya. Dengan demikian, mereka dapat mencegah penyebaran informasi yang salah dan mengelola krisis (misalnya, insiden kecil) dengan lebih baik.

Peneliti telah melakukan manajemen komunikasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan melibatkan tim pengabdian dan pihak mitra. Sesuai definisi yang telah dijelaskan di paragraf di atas, peneliti telah melakukan kegiatan seperti, mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, bertindak dan berkomunikasi, serta melakukan evaluasi program.

Proses manajemen komunikasi tahap pertama yang telah dilakukan oleh peneliti adalah mendefinisikan masalah. Ini merupakan tahap awal untuk menemukan pemahaman mengenai situasi tertentu. Dalam konteks ini adalah masalah yang dihadapi oleh pihak mitra yang menjadi kebutuhannya. Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, tindakan yang telah dilakukan adalah melakukan riset melalui metode pengumpulan data wawancara. Hasil yang diperoleh peneliti untuk permasalahan ini adalah Ketua Pokdarwis Solah Desa Lantan menyebutkan bahwa dalam website jadesta status desa wisata merupakan rintisan, namun sebenarnya bisa masuk kategori berkembang. Berdasarkan informasi yang dikonfirmasi ke pusat bahwa secara administrasi bisa masuk kategori berkembang, namun untuk mengikuti ADWI jika masuk ke kategori tersebut tidak memenuhi. Sehingga hanya bisa mengikuti lomba dengan kategori rintisan. Salah satu kebutuhan mitra dalam memenuhi kebutuhan mitra adalah konten video untuk komunikasi pelayanan public dan destinasi yang belum pernah dibuat konten promosi, serta kebutuhan konsumen yaitu wisatawan mancanegara yang belum menemukan konten yang tidak memakai hijab.

Fact finding yang telah dilakukan di atas diperoleh melalui pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil fact finding adalah menghasilkan beberapa data terkait atraksi yang akan dijadikan obyek konten video, yaitu: interaksi dengan warga lokal di penginapan warga, soft trekking, aktivitas pembuatan gula aren, aktivitas begoboq (mencari hewan di pinggir sawah), musik dan tarian tradisional, permainan tradisional sungklit dan bledok, aktivitas pertanian, bersepeda, serta aktivitas sungai. Kegiatan kedua setelah pemetaan aktivitas tersebut adalah tim pengabdian melakukan pengecekan ke lokasi untuk observasi mengenai lokasi pengambilan konten, sehingga dari kegiatan tersebut ada gambaran bagi tim mengenai spot untuk pengambilan konten

Kegiatan pengabdian selanjutnya adalah melakukan analisis kebutuhan untuk mengisi konten video. Pada aktivitas ini ada dua kegiatan yang sudah dilakukan oleh tim pengabdian untuk mendapatkan data pendukung penyusunan konten video komunikasi pelayanan publik. Kegiatan pertama analisa kebutuhan adalah dengan melakukan diskusi dengan pihak Pokdarwis Solah untuk menyamakan persepsi agar ada kesesuaian antara kebutuhan awal dengan pelaksanaan. Hasil diskusi ini menghasilkan beberapa data terkait atraksi yang akan

dijadikan obyek konten video, yaitu: interaksi dengan warga lokal di penginapan warga, soft trekking, aktivitas pembuatan gula aren, aktivitas begoboq (mencari hewan di pinggir sawah), musik dan tarian tradisional, permainan tradisional sungklit dan bledok, aktivitas pertanian, bersepeda, serta aktivitas sungai. Kegiatan kedua setelah pemetaan aktivitas tersebut adalah tim pengabdian melakukan pengecekan ke lokasi untuk observasi mengenai lokasi pengambilan konten, sehingga dari kegiatan tersebut ada gambaran bagi tim mengenai spot untuk pengambilan konten. Kegiatan tersebut dapat dilihat melalui dokumentasi di bawah ini:



Gambar 1. Analisis kebutuhan dan observasi lokasi pengambilan konten video komunikasi pelayanan publik

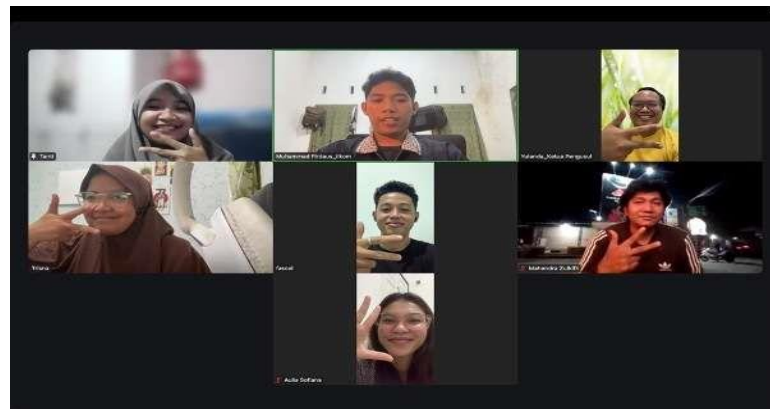
Berdasarkan gambar di atas aktivitas analisis kebutuhan dan observasi merupakan riset yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data agar menjadi dasar dalam menyusun konten video. hal tersebut sejalan dengan Grunig & Hunt bahwa riset sebagai pondasi perencanaan. data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti yang kemudian dapat disusun perencanaan konten melalui storyboard.

Hasil temuan yang sudah dilakukan di lapangan, peneliti melakukan penyusunan perencanaan. perencanaan menurut Terry (2009) perencanaan merupakan pemilihan dan penggabungan fakta-fakta, membuat serta menggunakan asumsi-asumsi tentang masa depan, dengan tujuan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Berdasarkan definisi tersebut, peneliti telah menyusun data-data lapangan dengan membuat storyboard bertujuan agar alur cerita yang telah disusun sesuai dengan kondisi lapangan. Storyboard menurut Daniel and Daniel (2020), adalah serangkaian gambar berurutan yang menunjukkan alur cerita atau urutan adegan suatu narasi. Setiap gambar, atau panel, biasanya dilengkapi dengan catatan ringkas mengenai dialog, aksi, dan pergerakan kamera. Tujuannya adalah untuk membantu tim produksi memvisualisasikan cerita sebelum proses syuting dimulai. berdasarkan definisi di atas, peneliti menyusun rangkaian scene yang akan dilaksanakan di lapangan untuk memandu tim produksi dalam memvisualisasikan video agar sesuai dengan perencanaan di awal. berikut adalah tampilan storyboard yang telah direncanakan oleh peneliti.



Gambar 2. Contoh Storyboard yang telah disusun peneliti

setelah storyboard telah tersusun, langkah selanjutnya adalah melakukan sosialisasi kepada pihak mitra terkait rencana pengambilan konten di lapangan. Dengan adanya paparan storyboard ini dapat menjelaskan rangkaian kegiatan pengambilan gambar dari awal sampai akhir. Dalam storyboard juga menjelaskan mengenai kesesuaian gambar dengan tujuan di masing-masing scene karena di setiap scene menampilkan pokdarwis dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. berikut adalah dokumentasi kegiatan saat peneliti melakukan sosialisasi dengan pihak mitra Pokdarwis Solah Desa Lantan.



Gambar 3. Sosialisasi Storyboard dengan Mitra Pengguna

berdasarkan aktivitas penyusunan storyboard sampai dengan sosialisasi storyboard merupakan tahapan dari pemrograman kegiatan dalam manajemen komunikasi. Dalam menyusun program kegiatan, peneliti juga menyusun pembagian kerja dalam setiap aktivitas di program yang telah direncanakan. Ada kegiatan pengorganisasian terhadap sumber daya manusia. Dalam kegiatan pengorganisasian ada penugasan dan peran yang dilakukan oleh tim pengabdian. Tim pengabdian terdiri dari dua unsur, yaitu dosen dan mahasiswa. tim dosen yang menyusun perencanaan kegiatan dari awal sampai akhir, mahasiswa yang melakukan pengumpulan materi di lapangan serta editing video. Alur komunikasi dilaksanakan melalui media whatsapp group dengan melibatkan pihak mitra agar setiap informasi untuk kelancaran kegiatan berjalan lancar.

Kegiatan selanjutnya adalah pengumpulan materi di lapangan dengan melibatkan semua aspek, seperti tim pengabdian, pokdarwis, masyarakat setempat yang telah dikoordinasi oleh pihak pokdarwis. pelaksanaan pengambilan konten video pada tanggal 12 – 13 Juli 2025. Selama proses produksi konten video kolaborasi antara kedua pihak berjalan dengan baik karena ada komitmen bahwa pihak mitra mendukung 100% dengan mengerahkan anggota pokdarwis untuk terlibat proses produksi konten. Hal ini menjadi bagian penting karena dalam video yang ditampilkan adalah proses pelayanan yang diberikan pokdarwis selama wisatawan datang berkunjung ke Desa Wisata Lantan. berikut adalah dokumentasi kegiatan pengambilan konten video di Desa Lantan.



Gambar 4. Persiapan tim pengabdian dan pokdarwis dalam proses pengambilan konten

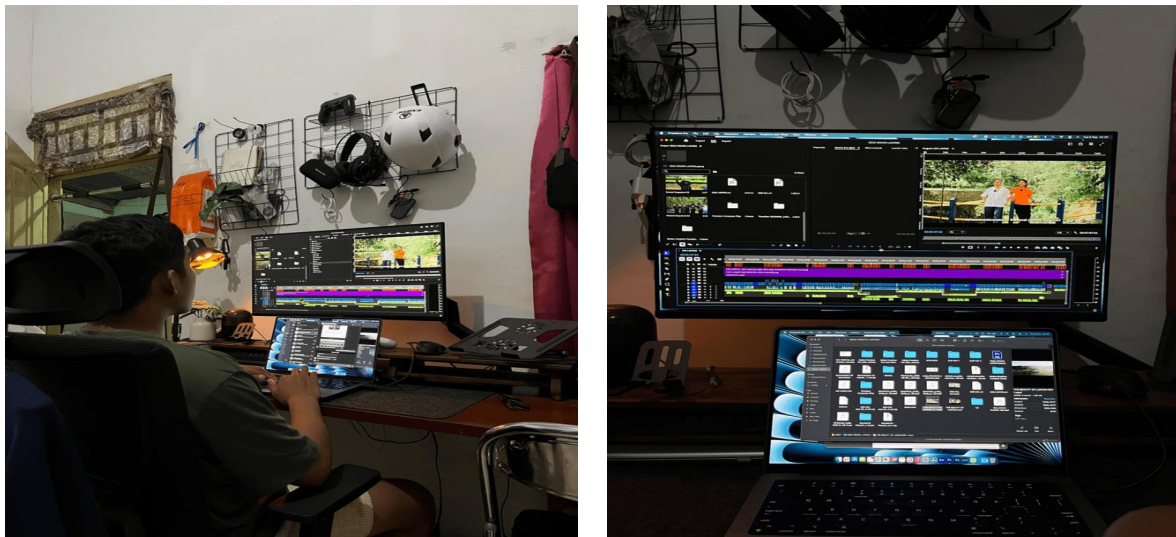


Gambar 5. Proses pengambilan konten video dengan keterlibatan mitra dan masyarakat

berdasarkan gambar di atas, proses produksi merupakan kegiatan inti dari manajemen komunikasi karena ini bagian dalam implementasi program kegiatan. Berdasarkan teori implementasi Edward (1980) keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan produksi pembuatan konten ada beberapa hal, yaitu: komunikasi, sumber daya, sikap pelaksana, dan struktur organisasi. Komunikasi yang terlibat dalam aktivitas ini tentunya tim pengabdian sebagai komunikator yang memiliki perencanaan pesan untuk penyusunan konten dan pihak mitra sebagai komunikan dalam pelaksana untuk membantu mengisi konten video tersebut. Sumber daya berkaitan dengan perlengkapan yang dibutuhkan dalam pengumpulan materi dan tim lapangan yang memiliki kompetensi dalam mengoperasikan perlengkapan yang ada. Demi kelancaran produksi sampai akhir, tim pengabdian dan pihak mitra pokdarwis bersama - sama mengedepankan komitmen bahwa konten yang dibuat ini untuk kepentingan bersama. Alur koordinasi yang telah ditetapkan antara tim pengabdian dan mitra berada di ketua tim masing-masing, tim pengabdian oleh ketua pelaksana dan mitra pokdarwis oleh ketuanya sendiri. Oleh sebab itu, koordinasi komunikasi akan diteruskan kepada anggotanya lewat ketua masing-masing.

Kegiatan berikutnya setelah pengambilan gambar adalah pasca produksi. Tahap ini merupakan proses pembuatan video yang telah terkumpul selama di lapangan yang kemudian menjadi konten dengan berdurasi waktu yang ditetapkan. Proses editing dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan menggunakan aplikasi AI (Artificial Intelligence) sebagai pengisi suara dan narasi untuk mendukung video yang telah disusun. Hal ini dapat menjadi kelebihan dalam mengurangi pengeluaran untuk pengisi suara. Dengan adanya AI dapat

meminimalisir pengeluaran produksi video. Berikut adalah dokumentasi kegiatan proses editing yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram.



Gambar 6. Proses editing video oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi

Hasil video yang telah disusun oleh tim pengabdian, kemudian selanjutnya dilakukan kegiatan sosialisasi kepada pihak mitra. Hasil video yang telah disusun tersebut dipaparkan melalui virtual zoom. Pemaparan hasil video kemudian langsung dilakukan evaluasi untuk mendapatkan hasil maksimal. Berikut adalah hasil dokumentasi sosialisasi yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian dengan pihak mitra Pokdarwis Solah Desa Lantan.



Gambar 7. Dokumentasi kegiatan sosialisasi hasil video Desa Lantan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, kesimpulannya adalah kegiatan pengabdian telah 100% terlaksana sesuai dengan perencanaan. Manajemen komunikasi yang telah terealisasi dalam penyusunan konten video komunikasi pelayanan publik telah melalui beberapa tahapan, seperti merumuskan masalah yang dihadapi oleh Pokdarwis Solah yaitu status desa wisata yang masih rintisan sehingga membutuhkan pendukung data salah satunya adalah video komunikasi pelayanan publik, sehingga tersusun kebutuhan mitra, fact finding dengan mengumpulkan data di lapangan, penyusunan storyboard,

pemaparan hasil storyboard, proses produksi dengan mengumpulkan video di lapangan, proses editing, sampai dengan tahap sosialisasi hasil video kepada pihak mitra.

Saran yang diberikan pihak mitra kepada tim pengabdian adalah untuk video berikutnya menggunakan suara manusia sebagai voice over, tidak menggunakan AI karena intonasi yang diberikan di setiap scene perlu adanya perbedaan, sementara dengan menggunakan AI datar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung tim pengabdian dalam mensukseskan kegiatan pengabdian dari awal sampai akhir. Adapun beberapa pihak adalah sebagai berikut:

1. FHISIP yang telah mendukung finansial pengabdian kepada masyarakat;
2. Kepala Desa Lantan yang telah memberikan dukungan untuk tim pengabdian melakukan pengambilan konten video;
3. Pokdarwis Solah yang telah terlibat langsung dalam pengambilan konten video;
4. Tim pengabdian (dosen dan mahasiswa) telah melaksanakan kegiatan dari awal sampai akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson.
- Daniel, E., & Daniel, C. (2020). *Motion Graphics: Principles and Practices*. Focal Press.
- Edward III, George C, (1980). *Implementing Public Policy*. Washington: Congressional Quarterly Press.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart, and Winston.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Panduan Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya