



## MARKETING DESA JEHEM MEMPROMOSIKAN DESA YANG NANTINYA AKAN MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN DAN INVESTOR

I Gusti Ngurah Oka Ariwangsa\*, Komang Satria Wibawa Putra,  
dan I Gede Yoga Bayu Priatama

\*e-mail: [okaariwangsa@undiknas.ac.id](mailto:okaariwangsa@undiknas.ac.id).

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional,  
Jl. Bedugul No. 39 Sidakarya Denpasar Bali.

*Diserahkan tanggal 16 Mei 2023, disetujui tanggal 30 Mei 2023*

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi pada masa kini khususnya dalam social media sekarang telah berkembang dengan pesat dan sangat dibutuhkan, karena sangat membantu dalam kehidupan manusia dijamin sekarang. Social media merupakan hal yang berperan sangat penting dalam membantu atau menunjang penyedia informasi secara pesat dan mudah dalam menghasilkan sesuatu yang menarik. Program kerja yang di tawarkan berupa marketing video branding desa. Video branding bertujuan untuk memberikan informasi atau mempromosikan desa yang nantinya akan meningkatkan daya tarik wisatawan dan investor untuk membantu mengembangkan desa. Pembuatan video branding desa dimulai dengan pengambilan video pada minggu pertama dan minggu kedua. Strategi marketing yang dilakukan pertama pastinya membuat video branding dari objek wisata air terjun goa raja lalu UMKM Herbalets (ekstrak temu sari), UMKM Dubali 1 (dupa), dan UMKM anyaman keben, lalu menentukan platform media sosial mana yang dituju untuk mengunggah video dan menarik konsumen. Diharapkan Desa Jehem kedepannya selalu menambahkan konten untuk marketing media sosialnya untuk menarik audience yang lebih luas serta selalu memberikan bantuan untuk UMKM yang lain agar wisatawan yang tertarik melalui media sosial merasa mendapat kepuasan nyata jika berkunjung langsung.

**Kata kunci: Sosial media, marketing.**

### ABSTRACT

In the development of information technology today, especially in social media, it has developed rapidly and is much needed, because it is very helpful in human life today. Social media is something that plays a very important role in helping or supporting information providers quickly and easily in producing something interesting. The work program offered is in the form of village branding video marketing. Video branding aims to provide information or promote the village which will later increase the attractiveness of tourists and investors to help develop the village. Making village branding videos begins with taking videos in the first week and second week. The first marketing strategy is of course to make video branding from the Goa Raja Waterfall tourist attraction, then MSMEs Herbalates (Indigo Extract), MSMEs Dubali 1 (Incense), and MSMEs Woven Keben, then determine which social media platform to



*I Gusti Ngurah Oka Ariwangsa, Komang Satria Wibawa Putra, dan I Gede Yoga Bayu Priatama: Marketing Desa Jehem Mempromosikan Desa yang Nantinya Akan Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan dan Investor.*

go for uploading videos and attracting attention consumer. It is hoped that in the future Jehem Village will always add content for its social media marketing to attract a wider audience and always provide assistance to other MSMEs so that tourists who are interested through social media feel real satisfaction when visiting in person.

**Keywords: Social media, marketing.**

## PENDAHULUAN

Bangli adalah sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Bali, Indonesia. Kabupaten Bangli adalah satu-satunya kabupaten di Bali yang tidak memiliki wilayah laut. Bangli berbatasan dengan Kabupaten Buleleng di sebelah utara, Kabupaten Klungkung dan Karangasem di timur, dan kabupaten Klungkung, Gianyar di selatan serta Badung dan Gianyar di sebelah barat. Bangli memiliki banyak Potensi Wisata dan UMKM yang dapat dikembangkan lagi, salah satunya terletak di Kecamatan Tembuku, Desa Jehem.

Jehem merupakan sebuah desa yang berada di Kecamatan Tembuku, Kabupaten Bangli. Desa ini terkenal sebagai sentra kerajinan sanggah (pura keluarga/rumah dalam agama Hindu Bali). Desa ini memiliki 12 banjar yaitu Banjar Jehem Kaja Banjar, Jehem Kelod Banjar Tambahan Bakas, Banjar Tambahan Tengah, Banjar Tambahan Kelod, Banjar Pasekan, Banjar Pembungan, Banjar Galiran, Banjar Antugan, Banjar Griya Kelempung, Banjar Sama Undisan, Banjar Sama Griya, Banjar Tingkadbatu. Desa Jehem juga memiliki banyak potensi antara lain pengrajin sanggah, objek wisata goa raja

waterfall, UMKM Herbalets (ekstrak temu sari), UMKM Dubali 1 (dupa), dan UMKM Anyaman keben. Dengan adanya video branding, desa dapat mengenalkan apa saja yang ada di desa tersebut sehingga wisatawan dan investor tertarik untuk datang dan berinvestasi di desa tersebut. Video branding desa juga bisa membantu dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa.

Manfaat pelaksanaan program kerja ini yaitu dapat membantu Desa Jehem dalam mengembangkan atau melancarkan wisata serta UMKM untuk lebih dikenal di masyarakat ataupun di kalangan wisatawan mancanegara.

## METODE PELAKSANAAN

### A. Waktu Pelaksanaan.

Program kerja yang di tawarkan berupa marketing video branding desa. Video branding bertujuan untuk memberikan informasi atau mempromosikan desa yang nantinya akan meningkatkan daya tarik wisatawan dan investor untuk membantu mengembangkan desa. Pembuatan video branding desa dimulai dengan pengambilan video pada minggu pertama dan minggu kedua, pada

minggu ketiga dilakukannya pengeditan video branding tersebut serta di minggu keempat serentak di postingnya video branding desa di media sosial.

### B. Pihak Mitra yang Terkait.

Adapun pihak yang terlibat dalam proses program kerja ini yaitu Media Patner

mulai dari @banglitterkini, @infobangli, @baliglobalnews, @infodenpasarbali\_ lalu Instagram STT di Desa Jehem, Instagram @desajehem, Instagram @kkndesajehem. undiknas (Gambar 1).



Gambar 1. Logo Media Patner yang Terkait Marketing Video Branding Desa.

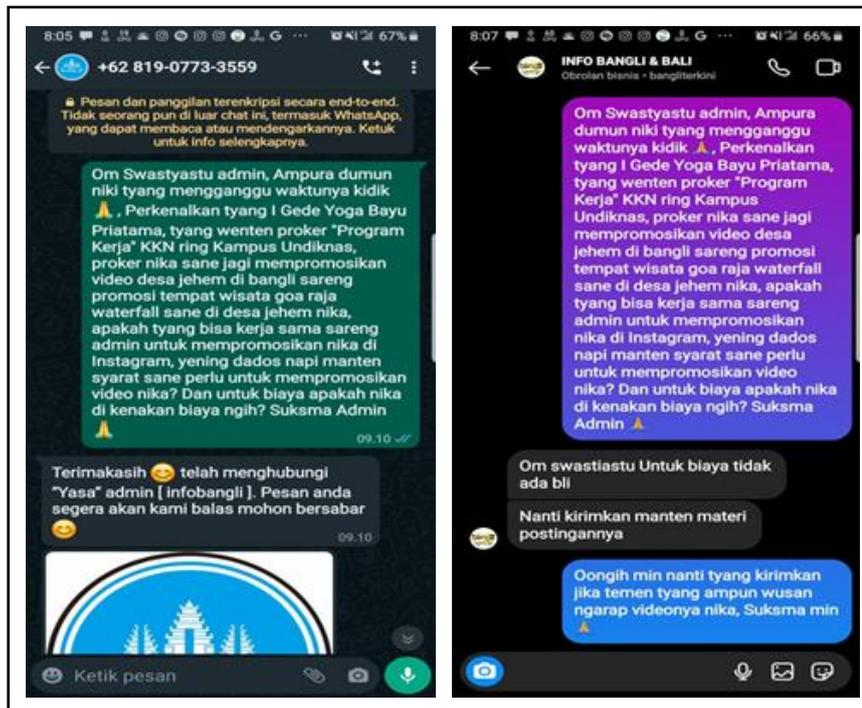
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Video branding yang dibuat diharapkan dapat membuat Desa Jehem lebih di ketahui oleh masyarakat domestik dan mancanegara, dimana strategi pemasaran yang memiliki tingkat efektivitas tinggi dalam menarik perhatian sekaligus membangun dan mengikat hubungan antara brand UMKM dan tempat wisata dengan wisatawan maupun pelanggannya. Strategi marketing yang dilakukan pertama pastinya membuat video branding dari objek wisata air terjun goa raja lalu UMKM Herbalets (ekstrak temu sari), UMKM Dubali 1 (dupa), dan UMKM Anyaman keben, lalu menentukan platform media sosial mana yang dituju untuk mengunggah

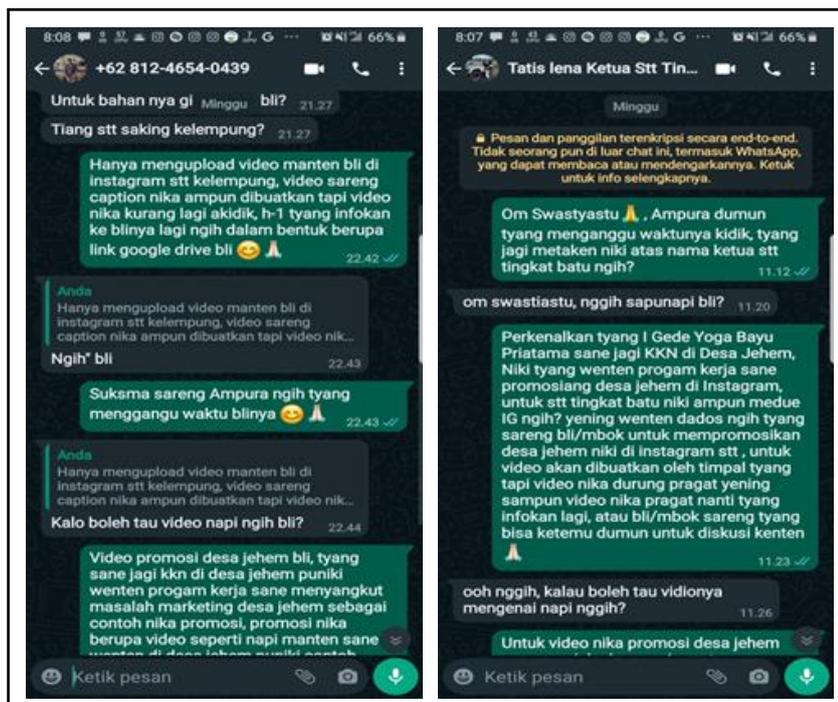
video dan menarik konsumen, setelah itu bekerja sama dengan stt dan media partner yang bersedia untuk membagikan konten yang sudah dibuat sebelumnya (Gambar 2).

Selanjutnya dibuat deskripsi yang menarik di video tersebut, kemudian mengirim video serta deskripsi yang sudah dibuatkan untuk bersama sama membagikan konten tersebut di Instagram masing-masing untuk membantu mengangkat nama desa Jehem ini (Gambar 3). Setelah program kerja dilaksanakan selanjutnya melihat bagaimana perubahan yang diterima oleh Desa Jehem (Tabel 1).

I Gusti Ngurah Oka Ariwangsa, Komang Satria Wibawa Putra, dan I Gede Yoga Bayu Priatama: Marketing Desa Jehem Mempromosikan Desa yang Nantinya Akan Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan dan Investor.



Gambar 2. Komunikasi Terkait Ijin Penguploadan Video Branding Kepada Media Patner



Gambar 3. Pada Saat Menjelaskan Terkait Ijin Penguploadan Video Branding Ke Ketua STT dan Perwakilan STT di Desa Jehem.



Gambar 4. Hasil Video untuk Marketing Desa Jhem.

Tabel 1. Perkembangan Desa Jhem.

Sebelum Program	Setelah Program
<p>Sebelumnya banyak STT serta masyarakat kurang aktif terkait promosi potensi desanya sendiri mulai dari wisatanya maupun UMKMnya</p>	<p>Sekarang dengan adanya video branding ini, Desa Jhem dapat memamerkan apa saja yang terdapat di desa ini baik dari segi objek wisatanya maupun UMKMnya</p>

### SIMPULAN

Jhem merupakan sebuah desa yang berada di Kecamatan Tembuku, Kabupaten Bangli. Desa ini terkenal sebagai sentra kerajinan sanggah (pura keluarga/rumah dalam agama Hindu Bali). Program kerja yang dilakukan berupa marketing video branding desa. Video branding bertujuan untuk memberikan informasi atau mempromosikan desa yang nantinya akan meningkatkan daya tarik wisatawan dan investor. Adapun pihak yang

terlibat dalam proses program kerja ini yaitu

Media Partner:

- ✓ @banglitterkini,
- ✓ @infobangli,
- ✓ @baliglobalnews,
- ✓ @infodenpasarbali\_

lalu instagram STT di Desa Jhem:

- ✓ Instagram @desajhem,
- ✓ Instagram @kkndesajhem.undiknas.

Pembahasan terkait kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini masih membutuhkan

*I Gusti Ngurah Oka Ariwangsa, Komang Satria Wibawa Putra, dan I Gede Yoga Bayu Priatama: Marketing Desa Jhem Mempromosikan Desa yang Nantinya Akan Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan dan Investor.*

banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam Marketing Desa Jhem dengan media sosial dan media patner yang berkelanjutan agar selalu aktif dalam mengangkat potensi potensi yang ada di Desa Jhem

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

1. Rektor Univesitas Pendidikan Nasional.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Pendidikan Nasional.
3. Kepala Desa/Kelurahan Jhem, Kecamatan Tembuku, Kabupaten Bangli, Bali.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Hamid, F., & Setiawan, N. A. (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*.
- Shimp, T. A. (2004). Advertising, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communication. In *Journal of Marketing Communications*. <https://doi.org/10.1080/1352726042000250498>
- Pambudi, B. S., & Suyono, S. (2020). Digital Marketing as an Integrated Marketing Communication Strategy In Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa) In East Java. *Competence: Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i2.6829>.