

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Media Audio Visual dalam Pelestarian Budaya dan Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Bali Bekasi

Yudhistira Ardi Poetra¹, Fina Zahra², Nurul Fauziah³, Sakha Putri Andhina⁴, Suci Rahmadhan⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta
Raya, Jakarta, Indonesia

Email: ¹yudhistira.ardi@dsn.ubharajaya.ac.id, ²fina.zahra@dsn.ubharajaya.ac.id,

³nurul.fauziah@dsn.ubharajaya.ac.id, ⁴sakhapandhina@gmail.com, ⁵sucirahmadania09@gmail.com

Abstrak

Kampung Bali Bekasi merupakan sebuah destinasi wisata dengan unsur budaya asli Bali yang berada di Kota Bekasi. Destinasi wisata budaya yang kurang lebih berumur tiga tahun ini menarik minat masyarakat dan media untuk datang meliput mereka. Antusias masyarakat datang berkunjung ke sana kebanyakan untuk mengobati rasa penasaran dan membagikan momen di sana ke media sosial yang mereka gunakan. Akan tetapi, hal tersebut kurang diikuti oleh pengelola Kampung Bali Bekasi yang sebenarnya mempunyai akun Instagram sebagai media komunikasi. Namun, belum bisa dikategorikan maksimal karena belum terlalu sering membuat konten audio visual di sana. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya lokal dan pengembangan destinasi wisata budaya Kampung Bali Bekasi. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis naratif. Kegiatan ini menghasilkan dua kegiatan yang diterima dengan baik oleh masyarakat Kampung Bali Bekasi. Pertama, pelatihan pembuatan media audio visual menghasilkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat bagaimana membuat konten audio visual yang baik yang bertemakan Kampung Bali Bekasi. Lalu pada pendampingan pembuatan media audio visual menghasilkan kesepahaman mengenai pilihan media sosial dan bentuk konten yang baik agar Kampung Bali Bekasi dapat mengembangkan destinasi wisata budaya mereka melalui media sosial.

Kata Kunci: Kampung Bali Bekasi, Media Audio Visual, Pelestarian Budaya, Pengembangan Wisata

Abstract

Kampung Bali Bekasi is a tourist destination with elements of authentic Balinese culture in the city of Bekasi. This cultural tourism destination, which is more or less three years old, has attracted the interest of the public and the media to come and cover them. The enthusiasm of the people who came to visit there was mostly to treat their curiosity and share the moments there on the social media they used. However, this is not followed by the management of Kampung Bali Bekasi, which actually has an Instagram account as a medium of communication. However, it cannot be categorized as optimal because it does not produce audio-visual content there too often. Therefore, this activity aims to conduct training and assistance in making audio-visual media in preserving local culture and developing cultural tourism destinations in Kampung Bali Bekasi. This community service is carried out using a descriptive qualitative approach and narrative analysis. This activity resulted in two activities that were well received by the people of Kampung Bali Bekasi. First, training in making audio-visual media generates community understanding and knowledge on how to make good audio-visual content with the theme Kampung Bali Bekasi. Then the assistance in making audio visual media generates an understanding regarding the choice of social media and good forms of content so that Kampung Bali Bekasi can develop their cultural tourism destinations through social media.

Keywords: Audio Visual Media, Cultural Preservation, Kampung Bali Bekasi, Tourism Development

PENDAHULUAN

Kampung Bali Bekasi merupakan sebuah daerah di Kota Bekasi yang memiliki warga mayoritas berasal dari Bali. Kebanyakan penduduk mereka adalah orang-orang pendatang yang merantau ke Kota Bekasi untuk bekerja dan melanjutkan keturunan mereka. Sebagai warga pendatang, orang-orang Bali yang tinggal di Bekasi awalnya sedikit mengalami kesulitan untuk beradaptasi dikarenakan beberapa perbedaan yang sangat signifikan, mulai dari agama, sosial, dan budaya. Orang Bali yang mayoritas menganut agama Hindu dan budaya asli Bali membutuhkan adaptasi ketika datang merantau ke Bekasi yang mayoritas warganya menganut agama Islam dan budaya Betawi sebagai budaya mayoritas masyarakat Bekasi.

Masyarakat asli Bekasi juga banyak yang berasal dari Sunda yang mana diakibatkan oleh letak geografis berbatasan dengan Bogor, sekaligus masuk dalam wilayah Provinsi Jawa Barat. Akan tetapi, baik Betawi maupun Sunda, dua budaya tersebut memiliki adat istiadat serta kebiasaan yang jauh berbeda dengan budaya Bali. Oleh karena itu, seperti pada umumnya orang-orang pendatang yang merantau ke daerah-daerah yang memiliki kebiasaan atau budaya yang berbeda dengan mereka, orang-orang Bali yang datang ke Bekasi pun berkumpul dan membuat semacam pemukiman yang sekarang dikenal dengan sebutan Kampung Bali Bekasi. Menurut (Kurniasari et al., 2022) Kampung Bali Bekasi menjadi satu-satunya tujuan wisata memiliki ciri yang kuat dengan identitas Hindu seperti di Bali, namun menjadi menarik karena berada di tengah kota Bekasi. Saat ini, Kampung Bali di Kota Bekasi masih dalam tahap pengembangan untuk lebih dikenal dan menjadi satu-satunya ikon wisata di tengah kota dengan adat dan tradisi Bali. Sebagai destinasi wisata baru di Bekasi tentunya masih ada peminatnya banyak upaya untuk membangun *brand awareness* Kampung Bali agar dikenal lebih banyak orang komunitas yang besar. Bagi yang belum pernah ke Bali bisa melihat dengan mata kepala sendiri Budaya dan tradisi Bali tanpa harus ke Bali.

Meskipun nama kampungnya Kampung Bali Bekasi dan banyak warga yang tinggal di sana adalah orang asli Bali, beberapa masyarakat lainnya dan bahkan lebih dari setengah warga di Kampung Bali ternyata bukanlah orang asli Bali. Hal ini mempertegas bahwa tidak ada tanggapan yang beredar bahwa orang Bali yang datang ke Bekasi menutup diri dari orang-orang yang bukan berasal dari Bali. Mereka hidup berdampingan secara harmonis dengan komunikasi antarbudaya yang terjalin dengan sangat bagus dan rasa toleransi yang sangat dijaga. Komunikasi antarbudaya adalah proses pertukaran ide dan makna antara orang-orang dari budaya yang berbeda. Ketika komunikasi terjadi antara orang-orang dari kebangsaan yang berbeda, kelompok ras atau komunitas bahasa, itu disebut komunikasi antarbudaya (Heryadi & Silvana, 2013)

Kampung Bali Bekasi sebenarnya mirip dengan kompleks perumahan atau kampung-kampung yang ada di Kota Bekasi lainnya. Yang membedakannya dengan perumahan lainnya adalah terletak pada nuansa Bali yang mereka bangun dan terasa nuansa yang sama seperti di kampung asli orang Bali yang ada di Bali. Warga di Kampung Bali Bekasi bahkan beberapa kali mengadakan festival budaya Bali di sana dan sempat mengupayakan agar daerah mereka menjadi salah satu destinasi wisata budaya yang ada di Kota Bekasi. Kegiatan-kegiatan tersebut juga menjadi salah satu bentuk local pelestarian budaya lokal agar tidak punah meskipun berada di tanah rantau. Budaya lokal menurut (Ismail, 2011) merupakan segala gagasan dan semua bentuk kegiatan dan produk hasil dari kegiatan manusia yang berada dalam satu kelompok masyarakat tertentu. Namun, sepertinya ada beberapa aspek lagi yang bisa ditingkatkan melihat potensi sumber daya yang ada di Kampung Bali Bekasi, baik untuk melestarikan budaya ataupun untuk mengembangkan destinasi wisata budaya yang ada di sana.

Ada beberapa aspek yang menjadi permasalahan mengapa pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini harus direalisasikan, di antaranya:

1. Aspek sosial. Dengan melihat sosial masyarakat yang berada di Kampung Bali Bekasi yang mana kebanyakan bekerja di bidang seni, seharusnya pengembangan pelayanan sosial mereka bisa lebih ditingkatkan lagi dan diperhatikan lagi untuk melestarikan budaya dan mengembangkan potensi wisata budaya di sana.
2. Aspek budaya. Melihat betapa berbedanya kebiasaan dan kebudayaan mayoritas warga Kampung Bali Bekasi jika dibandingkan dengan warga Kota Bekasi, semestinya keunikan ini bisa dimanfaatkan untuk mengenalkan keindahan dan ciri khas budaya lokal dari Bali sehingga seluruh aspek budaya yang ada di sana dapat dikembangkan lagi pelestarian budayanya dan menarik minat wisatawan untuk datang ke Kampung Bali Bekasi.

3. Aspek keamanan. Selaras dengan ciri khas Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selalu berfokus pada keamanan, penulis melihat bahwa rasa aman yang ada di Kampung Bali Bekasi bisa memudar seiring berjalannya waktu disebabkan identitas budayanya yang berpotensi tergerus pengaruh budaya lain jika tidak dikembangkan lagi pola pelestariannya dan memanfaatkan kekhasan dari kampung Bali Bekasi ini sebagai potensi wisata budaya.
4. Aspek pendidikan. Sistem pendidikan yang belum terlalu fokus dengan bagaimana melestarikan budaya, terutama budaya luar yang datang ke daerah tersebut, membuat adanya sedikit masalah yang dihadapi orangtua terhadap anak-anaknya dalam hal menjaga dan mengembangkan budaya mereka. Meskipun, terdapat beberapa komunitas atau sanggar yang menyediakan sarana edukasi bagi anak-anak di sana agar tidak lupa dengan budaya mereka.

Melihat beberapa permasalahan dari Kampung Bali Bekasi yang menjadi mitra dalam kegiatan ini, terdapat prioritas permasalahan yang tampak oleh penulis, yakni belum tersedianya sarana komunikasi yang kekinian dalam upaya melestarikan budaya lokal dan mengembangkan destinasi wisata budaya yang ada di Kampung Bali Bekasi. Oleh sebab itu, penulis bertujuan untuk melakukan PkM di Kampung Bali Bekasi sebagai upaya menawarkan solusi dan memecahkan beberapa persoalan yang sebenarnya bisa diupayakan. Adapun tujuan dari PkM ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pelatihan pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya lokal dan pengembangan destinasi wisata budaya di Kampung Bali Bekasi.
2. Melakukan pendampingan pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya lokal dan pengembangan destinasi wisata budaya di Kampung Bali Bekasi.

Pengabdian kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan merupakan sebuah solusi permasalahan atas permasalahan-permasalahan yang menjadi prioritas dalam kegiatan ini. Setiap solusi yang ditawarkan memiliki target luaran masing-masing dan indikator capaian yang ditargetkan. Solusi yang dapat diberikan dalam program internal PkM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya lokal dan pengembangan destinasi wisata budaya di Kampung Bali Bekasi. Pelatihan menurut Mangkunegara dalam Elizar dan Hasrudy adalah proses mengajarkan pengetahuan, keterampilan dan sikap tertentu agar sasaran dapat lebih profesional dan mampu melaksanakan tugasnya dengan lebih baik sesuai standar (Elizar & Hasrudy Tanjung, 2018). Pelatihan pembuatan media audio visual ini dimulai dengan memberikan materi-materi seputar penggunaan dan perkembangan media audio visual yang ada pada saat sekarang ini. Dengan memahami apa saja media audio visual yang didapatkan, diharapkan warga Kampung Bali Bekasi memiliki tambahan pengetahuan dan keterampilan untuk membuat media audio visual mengenai pelestarian budaya lokal dan pengembangan destinasi wisata di Kampung Bali Bekasi. Target luaran yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan adalah kemampuan warga Kampung Bali Bekasi untuk membuat media audio visual dengan bagus, baik itu berupa bentuk dari media audio visual yang dipilih atau isi konten yang terdapat pada media audio visual tersebut. Sementara itu, indikator capaian yang diharapkan dari kegiatan ini adalah sangat baik atau baik. Dikatakan sangat baik apabila warga Kampung Bali Bekasi dapat mengaplikasikan materi pelatihan yang diberikan dengan bisa membuat media audio visual sekaligus isi konten yang akan dibuat. Sementara dikatakan baik apabila warga Kampung Bali Bekasi hanya mampu melakukan salah satunya saja, yakni membuat media audio visualnya saja atau membuat isi kontennya saja.
2. Memberikan pendampingan pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya lokal dan pengembangan destinasi wisata budaya di Kampung Bali Bekasi. Pendampingan menurut Purwadarminta dalam adalah suatu proses mendampingi dan didampingi, dilakukan dalam suasana akrab, saling membantu dalam suka maupun duka untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan satu sama lain (Purwasmita, 2010). Pendampingan pembuatan media audio visual ini dimulai ketika warga Kampung Bali Bekasi sudah memulai pembuatan media audio visual. Pendampingan dilakukan selama proses pembuatan media audio visual oleh warga Kampung Bali Bekasi hingga media audio visual tersebut dapat dijalankan dengan baik. Target luaran yang dihasilkan dari kegiatan pendampingan adalah kemampuan warga Kampung Bali Bekasi untuk bekerja sama dengan tim PkM dalam pembuatan media audio visual dengan bagus, baik itu berupa bentuk dari media audio visual yang dipilih atau isi konten yang terdapat pada media audio visual tersebut. Sementara itu, indikator capaian yang diharapkan dari kegiatan ini adalah sangat baik atau baik. Dikatakan sangat baik apabila selama proses pendampingan warga Kampung Bali Bekasi dapat bekerja sama dengan tim PkM secara baik dalam

pembuatan media audio visual beserta konten yang akan diisi di sana. Sementara dikatakan baik apabila warga Kampung Bali Bekasi hanya mampu menjalankan salah satunya saja, yakni membuat media audio visualnya saja atau membuat isi kontennya saja.

METODE

Jenis kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan. Lokasi PkM ini adalah di Kampung Bali Bekasi, yang beralamat di Jalan Merpati No. 49, RT 11/ RW 9, Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Kegiatan PkM ini dilakukan dengan kurun waktu kurang lebih 2 minggu, yang mana dibagi menjadi 2 sesi dengan masa pelatihan yang dilaksanakan selama 1 hari dan pendampingan dilaksanakan 2 minggu. Populasi atau sasaran dalam kegiatan ini yakni pemuda-pemudi generasi muda yang tinggal di lingkungan Kampung Bali Bekasi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam PkM ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi.
Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung dengan objek dan subjek mitra. Pengamatan dilakukan secara langsung dengan ikut dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh warga Kampung Bali Bekasi.
2. Wawancara.
Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pengurus Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kampung Bali Bekasi yang diketuai oleh I Wayan Widana. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan seputar permasalahan yang dirasakan oleh warga Kampung Bali Bekasi dalam melakukan pelestarian budaya dan pengembangan destinasi wisata budaya yang ada di sana.
3. Pelatihan.
Pelatihan diberikan dengan cara memberikan modul pelatihan yang berupa materi mengenai pembuatan media audio visual. Selain pemberian modul pelatihan, nantinya akan dilakukan pelatihan yang berupa workshop yang diadakan dengan rentang waktu yang disepakati dengan mitra. Sasaran dari pelatihan ini adalah warga Kampung Bali Bekasi yang merupakan generasi milenial atau generasi Z. Warga generasi milenial dan generasi Z dipilih dikarenakan usia mereka yang masih sangat dekat dengan perkembangan teknologi media komunikasi. Meskipun begitu, pelatihan ini tidak menutup kemungkinan juga diikuti oleh generasi-generasi tua yang masih ingin belajar.
4. Pendampingan.
Pendampingan dilakukan dengan cara mendampingi warga Kampung Bali Bekasi dalam pembuatan konten media audio visual hingga mitra tersebut dirasa sudah mencapai indikator berhasil dengan sangat baik. Pendampingan dilakukan dengan rentang waktu yang disepakati dengan mitra.
5. Dokumentasi.
Dokumentasi dilakukan dengan cara mengabadikan seluruh kegiatan yang dilakukan mulai dari observasi, wawancara, pelatihan, hingga pendampingan dengan membuat video dokumentasi seperti sebuah video dokumenter. Video dokumenter ini nantinya akan diuruskan Hak Kekayaan Intelektualnya dan akan diunggah di youtube LPPMP.

Analisis data yang dilakukan dalam pelatihan dan pendampingan ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis naratif. Pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang berhubungan dengan pelestarian budaya dan pengembangan destinasi wisata budaya yang dilakukan oleh warga Kampung Bali Bekasi dengan memanfaatkan dan mengembangkan media audio visual. Analisis naratif yang digunakan untuk menggambarkan setiap peristiwa atau kejadian selama kegiatan yang berlangsung disusun menjadi cerita yang berurutan dan jelas.

PkM ini membutuhkan beberapa peralatan yang dapat mendukung keberhasilan kegiatan ini dari awal hingga berakhir. Alat-alat yang dibutuhkan tersebut di antaranya:

1. Laptop
2. Proyektor
3. Kabel roll
4. Speaker bluetooth
5. Tripod banner
6. Kamera
7. Microphone Kamera

8. Lighting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Bali Bekasi merupakan sebuah destinasi wisata budaya yang sudah ada sejak tahun 2019 dan dikenal juga dengan nama Kampung Pancasila bernuansa Bali. Kampung Bali sendiri sebenarnya juga sudah ada sebelum diresmikan menjadi destinasi wisata, yakni pada tahun 1980-an, yang di mana diawali dengan 3 orang perantau Bali yang datang ke sana dengan membawa pengaruh Bali ke sana. Sesuai namanya, kampung ini memang didesain sama persis dengan kampung-kampung yang ada di Bali. Mulai dari desain rumahnya, ukiran-ukiran yang ada di lingkungannya, lukisan-lukisan mulai dari tembok rumah hingga jalanan kampungnya, dibuat sebagai representasi dari kampung asli orang Bali. Hampir setiap rumah dibentuk dengan gaya khas Bali, meskipun yang tinggal di sana kebanyakan bukanlah orang asli Bekasi. Di sana juga terdapat sanggar seni khas orang Bali, mulai dari sanggar tari, ukir, dan lainnya.



Gambar 1. Kampung Bali Bekasi

Kampung Bali Bekasi didorong oleh Pemerintah Kota Bekasi sebagai destinasi wisata yang mengedepankan nilai-nilai budaya Bali yang ada di sana, mulai dari arsitektur rumahnya hingga kesenian-kesenian yang masih dijaga dan dilestarikan di sana. Sebagai destinasi wisata yang unik dan autentik ciri khas Bali, membuat banyak masyarakat penasaran dan datang ke sana baik sekedar membagikan momen mereka ke media sosial, maupun masyarakat yang mau belajar tentang pengetahuan seputar Bali. Bahkan, media-media besar pun sudah banyak yang meliput dan menyiarkan informasi seputar peradaban yang ada di Kampung Bali Bekasi. Namun, sayangnya semua yang ada di Kampung Bali Bekasi ini belum dikelola dengan baik oleh warga Kampung Bali Bekasi, baik dari Pokdarwisnya maupun warga yang tinggal di sana, terkhusus untuk pemanfaatan media sosial yang ada saat ini. Sebenarnya Kampung Bali Bekasi sudah memiliki akun media sosial seperti Instagram sebagai media komunikasi. Akan tetapi, akun media sosial yang dimiliki oleh Kampung Bali Bekasi belum terlalu dikembangkan menjadi media promosi sebuah destinasi pariwisata budaya.

Wina Sanjaya mengatakan media audio visual adalah bentuk media yang meliputi unsur suara dan mengandung unsur gambar yang dapat dilihat sekaligus didengar secara bersamaan, seperti contohnya rekaman video, film, slide suara, dan lainnya (Sanjaya, 2014). Sebelum masuk ke ranah media sosial, penting untuk memahami bagaimana merancang dan membuat sebuah karya audio visual yang baik dan enak dilihat. Salah satu elemen yang melekat pada audio visual yakni sinematografi, yakni sebuah seni gambar bergerak atau menulis dengan gerakan (Brown, 2016). Warga Kampung Bali Bekasi, khususnya remaja, sangat penting melatih kreativitasnya dalam merancang dan membuat karya audio visual yang nantinya dengan konsistensi yang baik menjadi karya yang menjadi sarana komunikasi bagi Kampung Bali Bekasi untuk mengenalkan apa saja yang dimiliki oleh kampung mereka.

Pelatihan pembuatan media audio visual kepada warga Kampung Bali Bekasi dilakukan dengan pemberian tiga sesi materi seputar pemanfaatan audio visual dalam media sosial dalam mengomunikasikan Kampung Bali Bekasi dengan konten-konten yang diminati masyarakat internet (netizen). Pelatihan ini dihadiri oleh 16 orang remaja yang tinggal di Kampung Bali Bekasi dan terdiri dari laki-laki dan perempuan. Pelatihan dilakukan di rumah Ketua RT 011, Puji Lestari, dan didampingi oleh Pokdarwis Kampung Bali Bekasi yang diwakili oleh sekretaris mereka, I Wayan Agus Sumarjaya, A.Md., S.Pd.H. yang juga turut mendokumentasikan kegiatan ini untuk kebutuhan Kampung Bali Bekasi.



Gambar 2. Pemaparan Materi Pertama oleh Ketua Tim PkM, Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom.

Materi pada sesi pertama disampaikan oleh Ketua PkM, Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom., yang membahas tentang bagaimana cara mengomunikasikan kampung wisata berbasis budaya. Warna-warni Bali yang terpancar di Kampung Bali Bekasi mempertegas bahwa destinasi wisata tersebut melakukan kegiatan kepariwisataan yang mengedepankan unsur budaya. Unsur budaya yang menjadi daya tarik dari kampung wisata ini harus dipahami oleh masyarakat merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mereka jual. Masyarakat sangat berperan penting dalam merencanakan, melaksanakan, dan memonitoring segala kegiatan pariwisata budaya yang ada di daerahnya. Selain itu, masyarakat harus memahami bagaimana pentingnya mengirimkan pesan-pesan yang bertujuan untuk memberikan informasi sekaligus mempromosikan potensi wisata yang ada di Kampung Bali Bekasi.

Sebuah pengelola objek wisata, termasuk destinasi wisata budaya seperti Kampung Bali Bekasi penting memiliki sebuah upaya untuk mengkomunikasikan kegiatan wisata budaya yang mereka punya kepada masyarakat. Dalam dunia modern saat ini, banyak media yang bisa menjadi pilihan sebagai sarana komunikasi dalam memasarkan Kampung Bali Bekasi. Aplikasi-aplikasi media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube sangat banyak sekali digunakan penggunaannya sebagai sarana komunikasi, baik memberikan informasi hingga media promosi. Beberapa destinasi wisata di Indonesia juga sudah ada yang menggunakan media-media sosial tersebut. Oleh sebab itu, sudah saatnya Kampung Bali Bekasi memiliki generasi muda yang mampu mengelola tempat tersebut agar bisa dikenal oleh masyarakat yang jauh lebih luas lagi.



Gambar 3. Pemaparan Materi Kedua oleh Anggota Tim PkM, Fina Zahra, S.Sn., M.A.

Materi pada sesi kedua disampaikan oleh salah satu anggota PkM yang juga seorang dosen, Fina Zahra, S.Sn., M.A., yang membahas tentang bagaimana strategi pemanfaatan media baru dalam melestarikan budaya lokal. Penting untuk dipahami bahwa salah satu keuntungan dari media baru adalah masyarakat dapat melakukan branding agar dikenali masyarakat. *Branding* adalah manajemen suatu citra destinasi melalui inovasi strategis dan koordinasi ekonomi, komersial, sosial, budaya, dan pemerintahan. *Branding* juga dapat menjadi sarana yang dapat digunakan untuk membentuk citra atau karakter unik suatu destinasi dengan tujuan menjaga keberlangsungan desa wisata melalui sistem pemasaran. Dalam hal ini, Kampung Bali Bekasi dapat memilih metode *branding* seperti apa untuk destinasi wisatanya sehingga memiliki ciri khas dan keistimewaan yang sangat diinginkan masyarakat untuk pergi ke sana.

Generasi muda warga Kampung Bali Bekasi membutuhkan pengetahuan dan pemahaman mendalam bagaimana pentingnya memaksimalkan platform digital. Ini disebabkan platform digital sudah jauh lebih maju dibanding media lama karena memiliki Kemampuan untuk memfasilitasi komunikasi dan mengirimkan pesan ke calon wisatawan secara efisien menggunakan alat digital yang cepat, murah dan efektif. Penggunaan alat digital dinilai mampu membangun citra dalam memaksimal potensi-potensi wisata yang ada di Kampung Bali Bekasi. Selain itu, pengelola juga dapat mengukur perkembangan isu yang

terjadi di lingkungan sekitar dan melihat *feedback* dari wisatawan. Sehingga, memungkinkan untuk menyesuaikan branding secara terus menerus.



Gambar 4. Pemaparan Materi Ketiga oleh Anggota Tim PkM, Suci Rahmadhanian

Materi pada sesi ketiga disampaikan oleh salah satu anggota PkM yang juga seorang mahasiswa dan *influencer* di media sosial, Suci Rahmadhanian, yang membahas tentang bagaimana konten dan sistem konten dalam media sosial. Konten adalah subjek, jenis, atau unit informasi digital. Konten dapat berupa teks, gambar, grafik, video, audio, dokumen, laporan dan lain-lain. Jenis-jenis konten juga beraneka ragam, di antaranya terdapat edukasi, informatif, review, vlog, inspirasi, dan lain-lain. Dalam pembuatan konten, patut diperhatikan pula bagaimana konten itu bisa relevan dengan apa yang disajikan, sangat membantu dalam penyajian informasi, dan menyenangkan atau menghibur. Sedangkan sistem konten. Merupakan sebuah penyempurnaan dari konten itu sendiri. Sistem konten dapat lebih terstruktur dan tertata dengan rapi karena semua yang dibuat sangat tersistem.

Pelatihan dalam pembuatan media audio visual yang ditujukan kepada remaja Kampung Bali Bekasi ini bukan hanya sekedar memberikan pengetahuan mereka tentang bagaimana mengkomunikasikan wisata mereka ke masyarakat dan bagaimana memanfaatkan media baru dalam melestarikan budaya lokal. Pelatihan ini juga dimaksudkan bagaimana masyarakat khususnya remaja bagaimana pembuatan konten bertemakan Kampung Bali Bekasi ini dapat tersistem dengan baik. *Audience* diajak mencari ide apa saja yang bisa dijadikan konten audio visual yang bagus untuk dibagikan ke platform digital. Karena ini sistem, mereka juga dilatih bagaimana penulisan naskah dan pengambilan gambar, serta editing yang baik agar netizen tertarik dengan apa yang mereka sajikan di media-media sosial yang digunakan. Dengan memaksimalkan sistem konten, karya-karya tersebut dapat tertata, terstruktur, dan lebih efisien digunakan daripada sekedar membuat konten saja.



Gambar 5. Foto Bersama Pasca Kegiatan Pelatihan

Pasca penyampaian materi-materi pelatihan, peserta PkM diberikan tugas oleh tim untuk membuat video tentang Kampung Bali Bekasi versi masing-masing peserta. Semua peserta diminta untuk membuat video secara individu dan bukan tim atau kelompok. Ini bertujuan untuk melatih kreatifitas masing-masing generasi muda Kampung Bali Bekasi dalam memanfaatkan teknologi *smartphone* yang mereka gunakan selama ini. Karya audio visual tersebut dikumpulkan dan didiskusikan dua minggu setelah kegiatan tersebut. Selama dua minggu, tim PkM mendampingi peserta dan selalu siap menanggapi kebutuhan peserta yang berkaitan dengan pembuatan media audio visual, baik itu berkaitan dengan konten video yang dipersiapkan oleh peserta maupun media untuk video-video para peserta.



Gambar 6. Kebahagiaan Tim Pasca Selesainya Kegiatan

Selama pendampingan berlangsung, sedikit hambatan dialami dalam proses komunikasi antara tim PkM dengan peserta yang sebagian besar masih remaja ini. Pendampingan yang disepakati melalui sarana komunikasi *online* ternyata tidak terlalu berjalan maksimal karena minimnya *respond*. Akan tetapi, hal yang sangat luar biasa dirasakan ketika pada saat kegiatan pendampingan selama dua minggu itu selesai dan waktu pemutaran video dilaksanakan, ada antusias yang sangat besar dari para peserta kegiatan. Kurang efektifnya komunikasi yang dilakukan melalui perantara media sosial memiliki perbedaan yang signifikan dengan proses komunikasi yang terjadi ketika bertatap muka. Setelah itu, setiap konten audio visual yang sudah dibuat oleh peserta kegiatan PkM ditayangkan secara bergantian satu per satu dan dibahas dengan para pemateri. Video yang dibuat oleh generasi muda Kampung Bali Bekasi memiliki keberagaman ide. Ada yang berisi tentang kegiatan lomba yang pernah mereka ikuti, ada yang berisi tentang kegiatan kesenian yang rutin mereka lakukan, ada yang berisi tentang informasi tentang Kampung Bali Bekasi, dan banyak lagi. Satu karya video pun dianugerahi sebagai yang terbaik dari yang lain dan diberikan *reward* atau penghargaan.

Kegiatan PkM yang dilakukan senada dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, Doddy Wihardi, Geri Suratno pada tahun 2022 mengenai *brand awareness* Kampung Bali di Kota Bekasi. Penelitian tersebut memahami bahwa upaya membangun kesadaran adanya destinasi wisata budaya di Kampung Bali Bekasi memerlukan proses yang lumayan panjang. Meskipun banyak pemerintah dan beberapa pihak lain seperti perusahaan swasta, BUMN, media, maupun komunitas-komunitas sudah banyak yang mendukung agar kesadaran masyarakat akan Kampung Bali Bekasi ini untuk terus meningkat, namun tetap saja harus memiliki komitmen dan konsistensi yang terjaga dengan baik (Kurniasari et al., 2022). Penulis juga merasakan hal yang serupa, bahwa dalam pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya dan pengembangan destinasi wisata Kampung Bali Bekasi ini membutuhkan proses yang tidak sebentar. Meskipun banyak pihak yang mendukung dan menyiarkan Kampung Bali Bekasi ini melalui media-media yang mereka punya, namun tetap saja masih sangat membutuhkan komitmen dan konsistensi baik dari masyarakat maupun pengurus daripada Kampung Bali Bekasi ini sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan media audio visual dalam pelestarian budaya dan pengembangan destinasi wisata Kampung Bali Bekasi ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan pembuatan media audio visual menghasilkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat bagaimana membuat konten audio visual yang baik yang bertemakan Kampung Bali Bekasi. Selain itu, pada pendampingan pembuatan media audio visual dapat dilihat terjadinya kesepahaman mengenai pilihan media sosial dan bentuk konten yang baik agar Kampung Bali Bekasi dapat mengembangkan destinasi wisata budaya mereka melalui media sosial.

Penulis juga berharap kegiatan serupa dapat dilaksanakan kembali dengan jauh lebih baik lagi. Besar harapan agar pengelola Kampung Bali Bekasi dapat mengembangkan potensi remaja yang mereka miliki untuk menghidupkan media sosial Kampung Bali Bekasi. Penulis juga memiliki saran agar Kampung Bali Bekasi benar-benar memperhatikan kegiatan komunikasi pariwisata melalui media audio visual. dengan begitu, sekiranya Kampung Bali Bekasi juga punya tambahan pendapatan untuk mengembangkan kampung wisata budaya yang ada di sana.

Selain itu, penulis juga memiliki saran untuk Pemerintah Kota Bekasi, agar dapat lebih serius lagi mengembangkan destinasi wisata Kampung Bali Bekasi. Masih ada beberapa sarana dan prasarana yang masih bisa dikembangkan lagi seperti kuliner, area parkir, hingga *tour guide* untuk turis yang membutuhkan pengetahuan dalam mengenai budaya Bali yang ada di Kampung Bali Bekasi. Saran penulis untuk kegiatan

Pengabdian kepada Masyarakat selanjutnya bisa difokuskan kepada pembenahan pariwisata yang ada di sana, terutama juga pada sarana maupun prasarana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan Publikasi (LPPMP) Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah menyediakan dana hibah internal perguruan tinggi bagi dosen, baik hibah penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tidak lupa pula terima kasih dan apresiasi tinggi kepada mitra kegiatan yakni Kampung Bali Bekasi, khususnya Sekretaris Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kampung Bali Bekasi, I Wayan Agus Sumarjaya, A.Md., S.Pd.H. dan Ketua RT 011, Puji Lestari, yang selalu bersedia mendampingi selama sebelum hingga selesai kegiatan. Kepada seluruh tim kegiatan dan dokumentasi, Jennifer Jacklin Sigarlaki, Muhammad Alvim Binahar, beserta rekan mahasiswa lainnya terima kasih juga atas dedikasi anda sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, B. (2016). *Cinematography theory and practice for Cinematographer & Directors Third Edition*. Routledge.
- Heryadi, H., & Silvana, H. (2013). KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM MASYARAKAT MULTIKULTUR. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(1), 95–108.
- Ismail, N. (2011). *Konflik Umat Beragama dan Budaya Lokal*. Lubuk Agung.
- Kurniasari, N. G. A. K., Wihardi, D., & Suratno, G. (2022). Brand Awareness Kampung Bali Di Kota Bekasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(2), 662–676. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN>
- Elizar, & Hasrudy Tanjung. (2018). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Homepage*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2239>
- Purwasasmita, M. (2010). STRATEGI PENDAMPINGAN DAUM PENINGKATAN KEMANDIRIAN BEUJAR MASYARAKAT. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 7(2).
- Sanjaya, W. (2014). *Strategi Pembelajaran*. Kencana Prenada Media.