



Making Bah Biak Waterfall Tourism Promotion Video in Desa Bah Biak Kecamatan Sidamanik Kabupaten Simalungun

Ferry R A Bukit¹, Muhammad Safri², Zaid P Nasution³

^{1,2,3}[Faculty of Engineering, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia]

Abstract. The Covid-19 pandemic is believed to be a turning point for changes in tourism and the design of creative economy business models, including in Indonesia. Through the Ministry of Tourism and Creative Economy, the government prepares various policy directions and strategies in tourism promotion programs during the pandemic and post-pandemic in Indonesia. Sidamanik District is one of the sub-districts in the Simalungun Regency, North Sumatra Province, which has considerable natural potential, namely natural potential in the form of landscapes such as the Bah Butong Sidamanik tea garden, Bah Manik baths, and Bah Biak Waterfall. Bah Biak Waterfall has its uniqueness. Bah Biak Waterfall has a height of approximately 20 meters which immediately falls into the rocks and a swimming pool provided by the manager. The current condition experienced is the lack of visitors who come to tourist objects due to the lack of marketing and information disseminated to the broader community, especially during a pandemic like today. Along with technological advances, the development of promotional media began to shift to digital media, one of which was video. Therefore, through community service, which is one of the tri dharma of higher education and to support Strategy 7 of the Ministry of Tourism and Creative Economy: Utilization of technology to support tourism marketing and the creative economy, our service team proposes making tourism promotion videos through video/ Digital Marketing of Bah Biak Tourism Object in Bah Biak Village, Sidamanik District. Through this video, we hope to positively impact tourist destinations, including a significant increase in the tourism sector.

Keyword: Tourism, Digital Marketing, Video

Abstrak. Pandemi Covid 19 diyakini menjadi titik balik perubahan pariwisata dan desain model bisnis ekonomi kreatif, termasuk di Indonesia. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyiapkan berbagai araha kebijakan dan strategi dalam program promosi pariwisata di masa pandemi dan pasca pandemi di Indonesia. Kecamatan Sidamanik merupakan salah satu Kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara yang memiliki potensi alam yang cukup besar yaitu potensi alam berupa bentang alam seperti kebun teh Bah Butong Sidamanik, pemandian Bah Manik, dan Air Terjun Bah Biak. Air Terjun Bah Biak memiliki keunikan tersendiri. Air Terjun Bah Biak memiliki ketinggian kurang lebih 20 Meter yang langsung jatuh kebebatuan dan kolam renang yang disediakan pengelola. Kondisi saat ini yang dialami yaitu sedikitnya pengunjung yang datang keobjek wisata dikarenakan minimnya pemasaran dan infomasi yang disebarkan kepada masyarakat luas, terutama dimasa pandemi seperti saat ini. Seiring

*Corresponding author at: Faculty of Engineerin, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail address: ferrybukit@usu.ac.id

dengan kemajuan teknologi perkembangan media promosi mulai beralih ke media digital, salah satunya dalam bentuk video. Oleh sebab itu melalui pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu dari tri dharma perguruan tinggi dan dalam rangka mendukung Strategi 7 Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif: Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif, kami tim pengabdian mengusulkan pembuatan video promosi pariwisata melalui video/ Digital Marketing Obejek Wisata Bah Biak di Desa Bah Biak Kecamatan Sidamanik. Melalui video ini kami berharap dapat memberikan dampak positif bagi destinasi wisata, antara lain adanya peningkatan yang signifikan dalam sektor pariwisata.

Kata Kunci: *Pariwisata, Digital Marketing, Video*

Received 30 November 2021 | Revised 05 December 2021 | Accepted 23 December 2022

1 Pendahuluan

Sejak awal tahun 2020 dunia digemparkan oleh kehadiran virus covid-19 (Corona virus disease). Akibat dari Pandemi Covid-19 yang berlangsung selama beberapa bulan ini menyebabkan melemahnya aktivitas perekonomian. Aktivitas ekonomi meliputi kegiatan Produksi, distribusi, konsumsi, dan pariwisata. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang merasakan dampak langsung pandemi Covid-19 [1].

Pandemi Covid 19 diyakini menjadi titik balik perubahan pariwisata dan desain model bisnis ekonomi kreatif, termasuk di Indonesia. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyiapkan berbagai arahan kebijakan dan strategi dalam program promosi pariwisata di masa pandemi dan pasca pandemi di Indonesia [2].

Simalungun merupakan salah satu kabupaten yang berada di wilayah Provinsi Sumatera Utara, kabupaten ini dibentuk atas Undang-Undang Darurat No. 7 Tahun 1956. Kabupaten Simalungun terdiri dari 32 kecamatan. Salah satu kecamatan yang memiliki potensi alam yang cukup besar adalah kecamatan Sidamanik yaitu potensi alam berupa bentang alam seperti kebun teh Bah Butong Sidamanik, pemandian Bah Manik, dan Air Terjun Bah Biak [3].

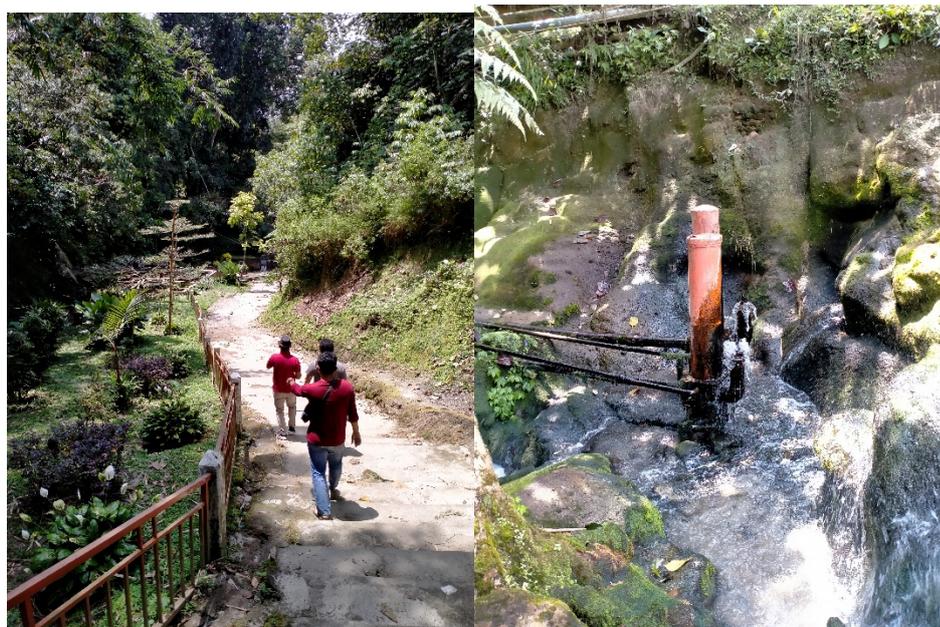
Air Terjun Bah Biak merupakan salah satu objek wisata alam yang terdapat di desa Bah Biak kecamatan Sidamanik, disebut Air Terjun Bah Biak karena arti kata Bah berasal dari suku batak Simalungun yang artinya adalah air, sedangkan biak merupakan nama sebuah desa yang ada di kecamatan Sidamanik yang merupakan tempat dari air terjun ini. Air Terjun Bah Biak memiliki keunikan tersendiri. Air Terjun Bah Biak memiliki ketinggian kurang lebih 20 Meter yang langsung jatuh kebatuan dan kolam renang yang disediakan pengelola. Luas wilayah destinasi dari Air Terjun Bah Biak ini kurang lebih 2Ha, Air Terjun Bah Biak sangat mudah untuk ditemui dan dapat dilalui oleh kendaraan roda dua maupun roda empat. Air Terjun Bah Biak berjarak tempuh 1 jam atau 25 Km dari ibu kota pematang raya dan 45 menit dari Pematang Siantar sedangkan dari kota Medan menempuh 3-4 jam perjalanan, untuk para pengunjung juga dapat menggunakan angkutan umum yang akan berhenti dipersimpangan jalan. Adapun rute menuju Air Terjun Bah Biak dari persimpangan jalan terbagi dua yakni dengan rute melalui desa Bah

Biak berjarak 6 Km dari persimpangan jalan, dan rute kedua dari tengah-tengah perkebunan teh Bah Butong berjarak 1 Km dari persimpangan jalan, hingga sampai gapura wisata air terjun bah biak Gambar 1.



Gambar 1. Gapura Pintu Masuk ke Objek Wisata

Dari gapura kita masuk berjalan kaki menuju objek wisata turun menyusuri beberapa anak tangga, dimana ditengah perjalanan nantinya kita akan menemui suatu peninggalan bersejarah, yaitu pompa hidrolik yang mana sampai saat ini masih berfungsi dengan baik memompakan air dari sumber mata air ke warga Gambar 2.



Gambar 2 Perjalanan Menuju Lokasi Objek Wisata dan Pompa hidrolik

Adapun permasalahan yang saat ini dirasakan oleh mitra pengabdian adalah sedikitnya pengunjung yang datang ke objek wisata dikarenakan minimnya pemasaran dan informasi yang

disebarkan kepada masyarakat luas, terutama dimasa pandemi seperti saat ini. Selain dari pada itu, kurangnya Signage atau rambu-rambu penunjuk arah dan papan informasi petunjuk objek wisata menjadi kendala bagi pengunjung yang datang kelokasi objek wisata ini.

Seiring dengan kemajuan teknologi perkembangan media promosi mulai beralih ke media digital, salah satunya dalam bentuk video. Video promosi memiliki beberapa kelebihan dibanding media promosi konvensional lainnya, yakni memiliki daya jangkauan yang luas, menampilkan realita objek, dan dapat diaplikasikan di berbagai macam media digital, seperti televisi, Youtube, website travel, media sosial, dan sebagainya. Dalam penerapannya, video promosi sering di gunakan sebagai media untuk memperkenalkan atau mengingatkan kembali informasi mengenai suatu produk, jasa, acara, maupun sebuah destinasi ataupun objek wisata [4].

Perkembangan penggunaan sosial media Instagram dan youtube tidak lagi hanya sekedar bentuk eksistensi diri individu saja namun sudah merambah sebagai media promosi di dunia.(Herman and Athar 2018) Youtube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya, biasanya setiap wisatawan yang akan berkunjung kesuatu tempat wisata, maka akan melihat video review sebelum memutuskan untuk berkunjung ketempat tersebut [5]. Penggunaan youtube sebagai sarana promosi wisata dinilai sangat efektif [6].

Oleh sebab itu melalui pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu dari tri dharma perguruan tinggi dan dalam rangka mendukung Strategi 7 Kementrian pariwisata dan Ekonomi Kreatif: Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif, kami tim pengabdian mengusulkan pembuatan pembuatan video promosi pariwisata melalui video/ Digital Marketing Obejk Wisata Bah Biak di Desa Bah Biak Kecamatan Sidamanik. Melalui video ini kami harapkan dapat memberikan dampak positif bagi destinasi wisata, antara lain adanya peningkatan yang signifikan dalam sektor pariwisata, mulai dari awareness masyarakat terhadap destinasi wisata, peningkatan popularitas, sampai pada peningkatan jumlah pengunjung wisata tersebut [7].

Tujuan dilakukan pengabdian masyarakat di Desa Bah Biak Kecamatan Sidamanik adalah [8]:

1. Mempromosikan Objek wisata yang terdapat pada Desa Bah Biak
2. Memperkenalkan penggunaan media social yang dapat mempromosikan objek wisata.
3. Meningkatkan pendapatan pengelola wisata dalam hal ini Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).

Dari hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Bah Biak diharapkan ada manfaatnya yaitu dapat meningkatkan hasil pendapatan pengelola objek wisata melalui peningkatan kedatangan pengunjung ke objek wisata.

2 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam beberapa tahap yaitu:

1 Studi Awal

Melalui studi awal yang telah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa mitra pengabdian kesulitan dalam mempromosikan objek wisata yang terdapat di lokasi mitra, salah satunya air terjun Bah Biak. Dari studi awal ini ditemukan permasalahan yang dialami oleh mitra.

2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang tertera di studi awal, mitra pengabdian membutuhkan metode/ media yang dapat membantu mempromosikan dan memperkenalkan objek-objek wisata yang berada di lokasi mitra.

3 Pembuatan Video.

Pembuatan video secara umum terdiri dari tiga tahap berikut ini :

a. Pra Produksi

Pada tahap akan dilakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan persiapan sebelum produksi, seperti persiapan peralatan kerja, pembagian kerja tim, penjadwalan pekerjaan, konsep video, Ide cerita, naskah, Story board, dan lain-lain.

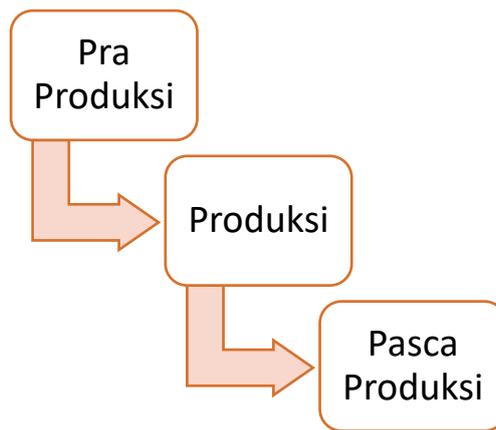
b. Produksi

Pada tahap ini akan dilakukan pengambilan gambar, rekam suara, pemrosesan konten, pengintegrasian konten, editing, pengujian dan evaluasi sesuai dengan story board yang telah dibuat.

c. Paska Produksi

Pada tahap ini dilakukan distribusi video final yang telah diuji melalui media-media publikasi dan juga menerima feedback dari penonton video.

Adapun tahapan pembuatan video tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Alur Pembuatan Video (Rokhayati et al. 2021)

4 Pendampingan/ Pelatihan

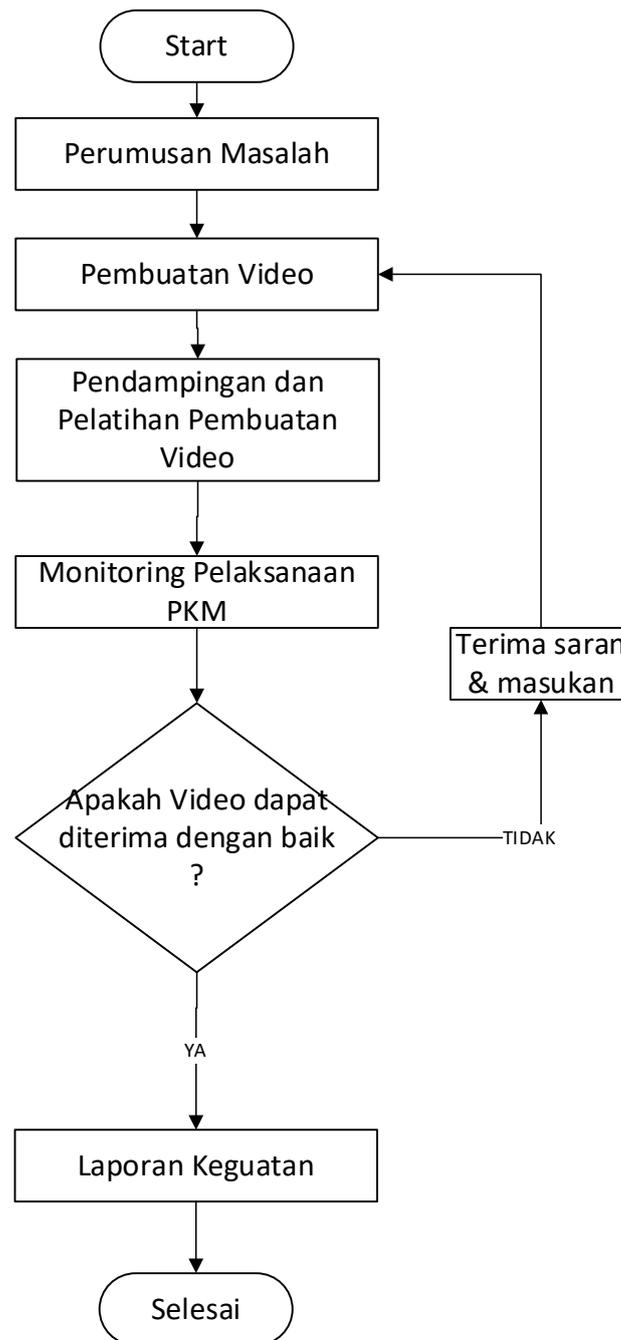
Pada proses pembuatan video anggota mitra diikut sertakan dalam pembuatan video, sehingga dapat berpraktek secara langsung dalam setiap tahapan proses pembuatan video.

5 Monitoring pelaksanaan pengabdian

Tahapan monitoring diperlukan untuk memastikan bahwa mitra dapat menggunakan memanfaatkan video promosi wisata yang telah dibuat sehingga mendapat manfaat seperti yang diharapkan.

6 Umpan balik

Umpan balik dari mitra menjadi masukan yang sangat berharga bagi pengusul. Masukan dapat berupa pengembangan yang lebih baik lagi. Selain itu, masukan juga dapat berupa kritik dan saran terhadap kegiatan pengabdian yang dilaksanakan.



Gambar 4. Diagram alir tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat

Seluruh tahapan yang pengabdian dapat dilihat dalam diagram alir Gambar 4. Setelah seluruh tahapan dilakukan, maka luaran yang akan diperoleh oleh mitra adalah video promosi objek wisata air terjun Bah Biak. Selain itu luaran yang akan diperoleh adalah pelatihan/pendampingan dalam pembuatan video promosi objek wisata singkat.

3 Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dimulai dari Juni sampai dengan September 2021 dengan tahapan kegiatan seperti pada metodologi pelaksanaan.

Gambar-gambar berikut merupakan dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan.



Gambar 5. Diskusi Dengan Sekdes Terkait Rute ke Objek wisata yang akan di ekspos.

Gambar 5. diatas merupakan proses diskusi dengan sekdes Bah Biak terkait rute yang kan di ekspose untuk menuju objek pariwisata.



Gambar 6. Pemasangan Plang Pengabdian pada Kantor Kepala Desa Bah Biak

Pada Gambar 6. memperlihatkan pemasangan plang pengabdian yang dihadiri oleh sekretaris desa dan ketua BUMDES Bah Biak.

Tabel 1. Seluruh Hasil Artikel

Langkah	Isi	Gambar/Cuplikan Video
Konsep	Semi dokumenter : Menjelaskan sedikit mengenai rute perjalanan menuju titik lokasi. Mengedepankan tampilan objek wisata dan juga nilai budaya maupun sejarah yang terkandung di dalamnya. Diiringi dengan wawancara/ pendapat dari kepala desa dan juga tokoh masyarakat setempat mengenai objek wisata yang terkait. Sebagai penutup akan ada pandangan kepala desa mengenai harapan ke depannya untuk objek wisata Air Terjun Bah biak.	

Storyline Bagi warga Sumatera Utara pasti tidak asing dengan destinasi wisata kebun teh Sidamanik, namun tidak banyak orang yang mengetahui bahwa di dalam perkebunan teh tersebut terdapat destinasi wisata lain, yaitu Air Terjun Bahbiak. Air Terjun Bahbiak berjarak tempuh sekitar 155km atau 3-4 jam perjalanan dari Kota Medan. Rute yang dapat dipilih yaitu melalui pintu Tol Bandar Selamat menuju pintu Tol Tebing Tinggi dan dilanjutkan hingga ke pintu masuk Kebun Teh Sidamanik. Jalanan kebun yang berlumpur dan juga licin jika di landa hujan menjadi perhatian bagi para wisatawan yang ingin menuju ke lokasi. setelah melewati tugu Bahbiak maka sampailah di Desa Bahbiak, Simalungun. (ucapan kepala desa : selamat datang, di area wisata Air Terjun Bahbiak)(perkenalan diri kepala desa) (kepala desa menjelaskan sedikit mengenai sejarah dan pengelolaan wisata Air Terjun Bahbiak) (selain air terjun ada hal unik lain di area wisata ini, yaitu sebuah pompa air yang sudah ada sejak masa kolonial belanda) (tokoh masyarakat menjelaskan mengenai pompa air) (penambahan penjelasan pompa air berdasarkan teknologi dan peranan pompa) (harapan kepala desa kedepannya untuk wisata Air Terjun Bahbiak)

- Treatment
1. Wide Shot. perkenalan area kebun teh sidamanik.
 2. Wide Shot. Perkenalan area wisata Air Terjun Bahbiak
 3. Animasi peta perjalanan. Medan-Air Terjun Bahbiak
 4. Wide Shot dan Close up. Detail

perjalanan menuju lokasi

5. Medium Shot, Close up dan Extreme Close up. Untuk sesi wawancara dengan narasumber
6. Wide Shot dan Close up. Area wisata Air Terjun Bahbiak

Storyboard





4 Kesimpulan

1. Adanya sosialisasi tentang pembuatan kompos dengan bahan kulit durian, kelompok tani Maju Borno telah dapat membuat kompos dari kulit durian.
2. Telah dilakukan sosialisasi dan praktek pemakaian alat pencacah kulit durian, sehingga anggota kelompok tani dapat membuat kompos dengan cepat dan efisien
3. Pendapatan petani akan dapat meningkat dengan menggunakan kompos dari kulit durian karena harganya lebih murah dibandingkan pemakaian pupuk lain

5 Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Pengabdian pada Masyarakat Universitas Sumatera Utara yang telah membiayai pengabdian ini melalui Dana NON PNBPU USU Tahun anggaran 2021 sesuai dengan Kontrak Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Mono Tahun Dosen Muda, Tahun Anggaran 2021 Nomor : 185/UN5.2.3.2.1/PPM/2021, Tanggal 08 Juni 2021. Terimakasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Bah Biak, BUMDES dan masyarakat yang telah membantu tim dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat Program Mono Tahun Dosen Muda Tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abbas, Ersis Warmansyah, Muhammad Rezky Noor Handy, Rizky M. Shaleh, and Noorya Tasya Febrylia Witari Hadi. "Ecotourism of Martapura River Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies." *The Innovation of Social Studies Journal* 1(2):111. 2020
- [2] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. "Rencana Strategis KEMENPARERKRAF/BAPAREKRAF 2020-2024." Kemepareraf 1-136. 2020
- [3] Pasaribu, Lasmarua Arnita. *Universitas Sumatera Utara* 4. 2003.
- [4] Kurniawan, Hendry, and Dwi Wahyurini. "Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar." *Sains Dan Seni ITS* 5(2):221-26. 2016
- [5] Herman, Lalu Edy, and Handry Sudiarta Athar. "Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual." *J-Ika* 5(2):147-55. 2018
- [6] Anggareta, S. F., V. Octaviany, and S. H. Achmad. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Kuliner Cibadak Culinary Night Dan Sudirman Street Bandung 2019." *EProceedings of Applied Science* 6(1):411-18. 2020
- [7] Fahrudin, Atef, Siti Karlinah, and Herlina Agustin. "Efektivitas Video Youtube 'Wonderful Indonesia: A Visual Journey' Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Indonesia." *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1):11-24. 2020
- [8] Rokhayati, Yeni, Muhammad Nashrullah, Evaliata Br Sembiring, and Afdhol Dzikri. "Pembuatan Video Dokumenter Kegiatan Pengabdian Masyarakat *Pra- Produksi Produksi Paska- Produksi*." 5(1):95-100. 2021