

## PEMBUATAN NASKAH VIDEO UNTUK MEMPROMOSIKAN KAMPUNG HIDROPONIK PALEMBANG

Nurul Aryanti<sup>1\*</sup>, Achmad Leofaragusta Kurniawan<sup>1</sup>, Aisyah Shahab<sup>1</sup>, Aria Septi Anggaira<sup>2</sup>, Yunisa Patmawati<sup>1</sup>, Dina Anggraini<sup>1</sup>, Muhammad Sabari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

<sup>2</sup>Tarbiyah dan ilmu keguruan, Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung

*Corresponding author:* nurularyanti@polsri.ac.id

**ABSTRAK:** Naskah video merupakan salah satu bagian dasar dari sebuah video. Naskah Video berfungsi untuk mempermudah memperkenalkan Kampung Hidroponik di media sosial seperti YouTube. Kampung Hidroponik merupakan destinasi wisata baru yang memiliki cerita yang unik dan menarik. Dahulunya kampung ini kumuh namun dapat beralih menjadi kampung yang penuh dengan tanaman sayuran. Akan tetapi, sedikit yang tahu tentang Kampung Hidroponik di Palembang karena kurangnya promosi. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan oleh beberapa dosen dan mahasiswa jurusan Bahasa Inggris dengan melakukan pengabdian masyarakat melalui pembuatan naskah video untuk mempromosikan Kampung Hidroponik di Palembang. Metode yang digunakan, yaitu melakukan observasi, pembuatan naskah video, dan mengunggah video ke media sosial. Hasil yang didapat dari pengabdian masyarakat ini ialah terlaksanakannya pelatihan yang diharapkan dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

**Kata Kunci:** Naskah video, Kampung Hidroponik, dan Promosi

*ABSTRACT: Video script is one of the basic parts of a video. Video Scripts serve to make it easier to introduce Hydroponic Villages on social media such as YouTube. Hydroponic Village is a new tourist destination that has a unique and interesting story. In the past, this village was slum but can turn into a village full of vegetable crops. However, little is known about the Hydroponic Village in Palembang due to the lack of promotion. The implementation of community service was carried out by several lecturers and students majoring in English by doing community service through making video scripts to promote Hydroponic Village in Palembang. The method used, namely making observations, making video scripts, and uploading videos to social media. The results obtained from this community service are the implementation of training which is expected to help the community to increase the number of visitors.*

*Keyword: Script Video, Kampung Hidroponik, and Promotion*

### PENDAHULUAN

Salah satu kota terbesar di Sumatera Selatan adalah Palembang. Palembang merupakan kota yang memiliki keragaman, seperti kuliner, bahasa, dan tradisi adat. Selain itu, Palembang juga kaya akan berbagai obyek dan daya tarik wisata, antara lain Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya, Benteng Kuto Besak (BKB), Bukit Siguntang, dan Museum Sultan Mahmud Baddaruddin II. Kemudian, ada juga tempat wisata baru untuk menyambut momentum Asian Games XVIII 2018. Pemerintah Kota Palembang berharap dapat mendorong

pertumbuhan sektor pariwisata (Novianto, et al., 2019). Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang menyebutkan beberapa destinasi baru, antara lain kampung Warna Warni, Palembang Bird Park, Taman Celosia, Kampung Sugi waras, dan Kampung Hidroponik Palembang.

Kampung Hidroponik Palembang merupakan destinasi wisata baru di Palembang sebagai kampung kreatif. Kampung Hidroponik Palembang terletak di 26 Iilir, Kec. Bukit Kecil, Palembang, Sumatera Selatan. Sebelumnya Kampung Hidroponik Palembang ini berupa kawasan perkampungan yang tidak rapi, bersih dan dipenuhi banyak sampah. Botol plastik berserakan,

barang bekas, dan sampah lain yang menumpuk di sekitar area. Saat musim hujan, kampung ini sering banjir sehingga banyak sampah berserakan dimana-mana dan membuat bau di kawasan tersebut menjadi tidak sedap.

Buruknya situasi Kampung Hidroponik Palembang, Rudi Harsam selaku ketua Kampung Hidroponik Palembang berinisiatif membersihkan kawasan kampung dengan memimpin dan memanfaatkan lahan kosong, serta memanfaatkan tempat pembuangan sampah menjadi tempat bercocok tanam dengan metode hidroponik. Memanfaatkan sisa bekas seperti botol, ban, dan sapu untuk membuat media tanam. Potongan bekas juga dihias dengan berbagai warna, yang membuat tanaman terlihat lebih indah. Melihat penampilannya yang menarik, membuat masyarakat di Kampung Hidroponik Palembang tertarik untuk mengikuti kegiatan Rudi Harsam. Kemudian, warga di Jalan Cempaka Palembang yang terdiri dari 18 kepala keluarga itu juga ikut menanam bibit Hidroponik dan menghiasnya dengan barang bekas.

Pada tahun 2020 Kampung Hidroponik Palembang berhasil memenangkan 3 lomba dari Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Oleh karena itu, Kampung Hidroponik Palembang mendapat hadiah dari beberapa instansi, hadiah atas keberhasilan ini adalah mendapatkan bantuan perbaikan jalan dengan menggunakan keramik, bantuan berkebun dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan bantuan pegecatan rumah warga oleh Pegadaian. Setelah potensi desa yang sangat menarik, Kantor Wilayah BRI Palembang juga memberikan bantuan pinjaman bagi warga sekitar yang bergerak di sektor UMKM serta untuk pengembangan desa sebagai upaya memajukan Kampung Hidroponik Palembang. Selain itu, Kampung Hidroponik Palembang juga mendapat bantuan bibit sayur Hidroponik dari TNI Angkatan Udara (AU). Bantuan tersebut meningkatkan jenis Hidroponik yang ditanam seperti cabai, kol, pakcoy, dan mint.

Sekarang, kampung ini rapi dan bersih. Banyak juga pengunjung yang datang ke Kampung Hidroponik Palembang untuk menikmati suasana Kampung Hidroponik Palembang, berfoto-foto, dan belajar menanam sayuran dengan metode hidroponik. Tak hanya itu, di Kampung Hidroponik Palembang pengunjung juga bisa menikmati makanan khas yang bisa dipesan terlebih dahulu, yaitu pempek sayur dan jus sayur. Pempek dan jus sayur ini dibuat langsung dari sayuran Hidroponik yang ditanam oleh warga sekitar. Selain makanan dan sayuran, di Kampung Hidroponik Palembang juga terdapat penangkaran burung. Ada delapan sangkar burung Murai Batu yang dipelihara oleh salah satu warga Kampung Hidroponik Palembang. Di sini, pengunjung dapat melihat dan mendengarkan suara unik burung Murai Batu.

Kampung Hidroponik Palembang merupakan objek wisata baru di Palembang, sehingga masyarakat belum banyak mengetahuinya. Minimnya media promosi membuat Kampung Hidroponik Palembang tidak dikenal masyarakat luas. Jika destinasi ini sering dipromosikan, masyarakat luas mungkin mengenal Kampung Hidroponik Palembang. Aksi ini bisa membuat Kampung Hidroponik Palembang semakin populer dan menarik banyak pengunjung. Untuk memperkenalkan Kampung Hidroponik Palembang kepada masyarakat, maka diperlukan suatu media yang dapat mempromosikan Kampung Hidroponik Palembang sebagai daya tarik wisata tanaman hidroponik di Palembang.

Promosi melalui media merupakan salah satu cara untuk memberikan calon wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Video merupakan cara yang efektif dan efisien untuk memberi tahu masyarakat tentang produk yang ditawarkan dan sejarah perusahaan sebagai faktor apakah mereka ingin membelinya atau tidak (Haryonto & Nugroho, 2015). Besarnya perkembangan teknologi komunikasi memberikan sarana yang dapat digunakan untuk memproduksi, menyebarkan dan menyampaikan informasi. Mempromosikan dan mendistribusikan pembuatan naskah video Kampung Hidroponik secara cepat melalui media sosial seperti YouTube.

YouTube memiliki persentase total 93,8% dari total pengguna internet di Indonesia. YouTube adalah platform terbesar di Indonesia dan platform terbesar untuk layanan video streaming. Oleh karena itu, kita dapat melihat bahwa YouTube memiliki banyak pengguna di Indonesia. Grafik terbesar yang digambarkan oleh pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun belakangan ini adalah platform media sosial YouTube (Kemp.S, 2021). Dari sini, tujuan dari pembuatan naskah video Kampung Hidroponik Palembang ini diharapkan dapat memperkenalkan keunikan dan kreativitas Kampung Hidroponik Palembang ini kepada masyarakat khususnya masyarakat Palembang.

Masyarakat Palembang sendiri dinilai sebagai target audiens yang tepat untuk memperkenalkan Kampung Hidroponik Palembang. Selain masyarakat Palembang sendiri, pengenalan juga ditujukan kepada masyarakat luar kota Palembang. Sehingga dengan mengenalkan Kampung Hidroponik Palembang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kreativitas desa ini kepada masyarakat.

## IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh tim pengabdian, yang menjadi permasalahan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah belum adanya promosi dalam bentuk naskah yang akan di aplikasikan melalui video YouTube. Oleh karena itu, tim pengabdian

yang merupakan dosen dan mahasiswa jurusan Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Sriwijaya berinisiatif untuk melakukan pengabdian pembuatan naskah video untuk mempromosikan Kampung Hidroponik Palembang. Naskah video ini dapat membantu masyarakat Kampung Hidroponik untuk meningkatkan jumlah pengunjung Kampung Hidroponik Palembang.

#### METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pembuatan naskah video untuk mempromosikan Kampung Hidroponik di Palembang ini dilakukan dengan 3 tahapan sebagai berikut. Pertama, melakukan observasi. Di tahap ini, tim pengabdian mengunjungi langsung lokasi Kampung Hidroponik guna mengetahui kondisi Kampung Hidroponik, dan melakukan wawancara bersama Bapak Rudi Harsam selaku Ketua Kampung Hidroponik. Hasil dari observasi ini berupa informasi tentang Kampung Hidroponik guna untuk menyusun pembuatan naskah. Kedua, pembuatan naskah video. Pada tahapan ini, tim pengabdian menyusun materi hasil dari observasi, dan melakukan pembuatan naskah video dengan 9 langkah yaitu menurut, menemukan ide, membuat garis besar, meneliti, memilih bahan, membuat pesan, mengatur struktur, membuat papan cerita, menyusun naskah, dan naskah pengujian (Ranga & koul, 2017). Ketiga, mengunggah video ke media sosial. Di tahap terakhir ini tim telah menyelesaikan pembuatan naskah video dan tim pengabdian melakukan unggahan video ke media sosial YouTube.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan pengabdian, tim pengabdian membuat materi yang mudah dipahami dan terintegrasi, yaitu mengenai Tahapan pembuatan naskah video promosi. Pada tanggal 20 Agustus 2022, kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan menerapkan protokol kesehatan. Pengabdian dilakukan secara langsung dengan menargetkan masyarakat Kampung Hidroponik sebagai peserta kegiatan pengabdian dengan rentang usia produktif yaitu 18-60 tahun.

Tim pengabdian memulai kegiatan dengan cara presentasi untuk memberikan materi yang telah dikembangkan, dengan judul Pembuatan naskah video untuk mempromosikan Kampung Hidroponik Palembang. Dalam sesi pengabdian, terdapat 2 sesi yang disampaikan oleh 2 pemateri dari dosen. Materi pertama disampaikan oleh Ibu Dr. Nurul Aryanti, M.Pd. dengan materi mengenai “pentingnya naskah dalam video promosi”. Selanjutnya, materi kedua disampaikan oleh Bapak Achmad Leofaragusta K K. S.E., M.MPar. dengan materi mengenai “*introduction to tourism*”.

Kedua materi ini saling berkaitan satu sama lain, sehingga langsung disampaikan dalam satu hari kegiatan.



Gambar 1. Materi pentingnya naskah dalam video promosi, ibu Dr. Nurul Aryanti, M.Pd.



Gambar 2. Materi *introduction to tourism*, Bapak Achmad Leofaragusta K K, S.E., M.MPar.

Pada akhir sesi, tim pengabdian menyediakan *soft file* materi sebagai salah satu luaran dari pengabdian yang ditampilkan kepada Kampung Hidroponik. Pihak masyarakat Kampung Hidroponik Palembang memberikan respon yang positif terhadap pengabdian yang dilaksanakan oleh tim pengabdian karena hal tersebut telah membantu mereka untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada Kampung Hidroponik Palembang. Harapan dari pengabdian ini bisa meningkatkan pengunjung Kampung Hidroponik Palembang melalui media sosial.



Gambar 3. Foto bersama tim pengabdian dengan masyarakat Kampung Hidroponik Palembang Palembang Palembang.

## KESIMPULAN

Dari kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa pengabdian ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat Kampung Hidroponik Palembang. Melalui pengabdian yang dilakukan secara langsung, peserta dapat mengetahui cara dalam mempromosikan tempat wisatanya. Selain itu, peserta pengabdian juga memperoleh pengetahuan dasar mengenai naskah video.

## DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto, T., & Nugroho, S. (2015). *Peranvangan video company profile sebagai media promosi perusahaan pada PT. Propan Raya ICC Semarang*. Jurnal Ilmiah Komputer Grafis,8(1).
- Kurnia, D. I. (2020). *Daya tarik band the panturas dalam menggunakan YouTube sebagai media promosi musik (studio deskriptif daya tarik band the panturas dalam menggunakan YouTube sebagai media promosi musik)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Kemp,S. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. DataRepontal - Global Digital. Retrieved from <https://bit.ly/3zVp5CO>
- Novianto, A., Ridhah, T., & Yunindyawati, Y. (2019). *Restorasi pemukiman kumuh sebagai kampung wisata (studi kasus kampung warna-warni di Paembang)* (Doctoral dissertation, Sriwijaya University). Retrieved from <https://bit.ly/3cyLn5C>
- Ranga, V., & Koul B. N. (2017). *Writing scripts for audio and video programmes* [e-book]. Retrieved from <https://bit.ly/3p2ovzl>