

Pendampingan Pembuatan Animasi dan Video Profil Sebagai Media Branding Desa Gesing, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng

Gede Pasek Putra Adnyana Yasa^{1*}, I Made Hendra Mahajaya Pramayasa², Putu Raditya Pandet³

^{1,2,3} Institut Indonesia Bali, Denpasar, Indonesia

¹gedepasek@isi-dps.ac.id*, ²hendramahajaya@isi-dps.ac.id, ³radityapandet@isi-dps.ac.id

INFO ARTIKEL

Article history:

Received Juni 2026

Published Juni 2026

ABSTRAK

Desa Gesing di Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng memiliki potensi agrowisata cengkeh, kopi, alpukat, dan markisa. Selain agrowisata, keasrian alam berupa air terjun, pemandian air panas, sungai, ikon pohon beringin (pohon perjuangan) serta budaya dan nilai-nilai kearifan lokal yang khas juga memiliki peluang besar untuk dijadikan potensi wisata. Namun, potensi ini belum optimal akibat keterbatasan media promosi yang inovatif dan profesional. Tujuan program pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkuat strategi branding melalui animasi dan video profil berbasis riset. Kegiatan ini direalisasikan dalam empat tahapan sistematis yaitu tahap pra-produksi berfokus pada riset etnografi dan penyusunan storyboard. Pada tahap produksi dilakukan pengambilan gambar video dan pembuatan aset animasi. Tahap pasca produksi meliputi proses editing, yang diakhiri dengan diseminasi berupa penayangan video terhadap masyarakat Desa Gesing, distribusi secara luas melalui platform youtube dan media sosial. Program PKM ini memproduksi aset digital berupa video profil branding dan animasi yang berfungsi sebagai instrumen promosi digital sekaligus arsip budaya desa. Selain produk digital, PKM ini juga menghasilkan luaran akademik berupa publikasi jurnal nasional terakreditasi, rilis media massa, serta sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Kegiatan PKM ini menjawab kebutuhan mitra dalam memperluas jangkauan promosi Desa Gesing, sehingga mitra mampu secara mandiri mempromosikan potensi agrowisata, alam dan budaya demi kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci: animasi, video profil, branding, budaya, Desa Gesing.

ABSTRACT

The village of Gesing in Banjar Subdistrict, Buleleng Regency, has potential for agrotourism centered on cloves, coffee, avocados, and passion fruit. In addition to agrotourism, the area's natural beauty including waterfalls, hot springs, rivers, and the iconic banyan tree (the "tree of struggle") as well as its unique culture and local wisdom offer significant opportunities for tourism development. However, this potential remains underutilized due to a lack of innovative and professional promotional media. The objective of this community service program (PKM) is to

strengthen branding strategies through research-based animations and profile videos. This initiative is implemented in four systematic phases: the pre-production phase focuses on ethnographic research and storyboard development. The production phase involves video filming and the creation of animation assets. The post-production phase includes the editing process, culminating in dissemination through video screenings for the community of Gesing Village and widespread distribution via YouTube and social media platforms. This PKM program produces digital assets in the form of branding profile videos and animations that serve as both digital promotional tools and a cultural archive of the village. In addition to digital products, this PKM also produces academic outputs in the form of publications in accredited national journals, mass media releases, and Intellectual Property Rights (IPR) certificates. This PKM activity addresses the partner's need to expand the promotional reach of Gesing Village, enabling the partner to independently promote the village's agrotourism, natural, and cultural potential for the sustainable well-being of the village community.

Keywords: animation, profile video, branding, culture, Gesing Village.

©2026 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](#)

1. Pendahuluan

Desa Gesing, yang terletak di Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, merupakan wilayah yang memiliki karakteristik geografis unik dengan bentang alam perbukitan yang subur serta kekayaan budaya yang khas. Desa Gesing memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor agrowisata dan pelestarian nilai-nilai budaya tradisional Bali Utara yang autentik (Sudirga, 2018). Namun, di tengah pesatnya digitalisasi informasi, Desa Gesing masih menghadapi tantangan dalam hal representasi visual yang mampu merangkum identitas desa secara dinamis dan menarik bagi khalayak luas, terutama generasi milenial (Pradnyana, 2021).

Sebagai salah satu desa yang memiliki nilai sejarah di Buleleng, Desa Gesing dikenal memiliki kaitan erat dengan tradisi agraris dan lingkungan hutan yang lestari. Salah satu ikon yang menjadi kebanggaan masyarakat setempat adalah keberadaan pohon beringin besar yang konon menjadi pusat perjuangan dan kini telah berusia ratusan tahun. Pohon beringin ini menjadi daya tarik ekologis sekaligus simbol kekuatan spiritual dan penjaga keseimbangan alam (Widiastuti, 2020). Sayangnya, narasi mengenai keajaiban alam dan nilai-nilai filosofis di balik ikon desa ini belum dikemas dalam bentuk media digital seperti video branding yang representatif. Akibatnya, potensi tersebut kurang dikenal secara luas di luar wilayah Buleleng (Putra, 2019). Dalam konteks ini, penggunaan media video branding menjadi solusi strategis. Video branding dapat membangun citra desa yang profesional dan kompetitif di pasar pariwisata digital (Setiadi, 2022).

Selain potensi alam, Desa Gesing juga menyimpan kekayaan budaya berupa tradisi lokal. Sistem sosial yang berbasis pada keharmonisan Tri Hita Karana tercermin jelas dalam pengelolaan sumber daya air dan aktivitas perkebunan cengkeh serta kopi yang menjadi komoditas unggulan desa (Windia, 2015). Pendekatan visual yang memadukan teknik sinematografi edukatif diharapkan dapat mengomunikasikan masyarakat Desa Gesing menjaga hubungan harmonis antara manusia, alam, dan sang pencipta (Antara, 2023). Dokumentasi ini sangat penting untuk memberikan pengalaman visual yang berbeda dan meninggalkan impresi yang kuat bagi calon wisatawan maupun investor. Seperti yang

diungkapkan oleh Rahmawati (2019), video branding yang efektif merupakan kunci dalam membangun kepercayaan publik dan memperkuat identitas suatu wilayah di era industri kreatif.

Desa Gesing juga memiliki ragam produk olahan lokal seperti kopi bubuk khas Gesing yang memiliki cita rasa unik, dan olahan minyak dari daun cengkeh. Potensi ekonomi ini jika dikombinasikan dengan narasi visual yang menarik dapat meningkatkan nilai jual produk di pasar yang lebih luas. Berdasarkan analisis situasi tersebut, tim pengabdian mengambil langkah proaktif untuk memfasilitasi kebutuhan desa yang difokuskan pada produksi animasi dan video branding Desa Gesing. Program ini bertujuan untuk menciptakan aset digital yang berfungsi sebagai media promosi sekaligus arsip budaya yang modern.

Pelaksanaan program pengabdian melalui produksi animasi dan video profil ini diproyeksikan memberikan kontribusi komprehensif yang mencakup aspek sosial melalui pelestarian memori kolektif dan peningkatan literasi digital masyarakat, aspek lingkungan dengan mengampanyekan konservasi situs pohon beringin sebagai daya tarik ekologis, serta aspek ekonomi melalui penguatan digital branding yang mampu mengakselerasi pertumbuhan ekonomi kreatif dan nilai jual komoditas unggulan Desa Gesing secara berkelanjutan.

2. Metode Pelaksanaan

Produksi animasi dan video profil merupakan proses kreatif yang kompleks, memerlukan pendekatan sistematis berbasis riset serta metodologi produksi audiovisual yang terukur. Sebagai media promosi dan dokumentasi identitas desa, PKM ini dirancang melalui tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang masing-masing berperan krusial dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi (Aufderheide, 2007). Tahapan pra-produksi (riset konten dan pembuatan naskah), produksi (pengambilan gambar udara/drone, syuting lapangan, dan pembuatan aset animasi), serta pasca-produksi (editing, pemberian efek visual, dan scoring musik) (Payuyasa & Putra, 2021).

Tahap pra-produksi melibatkan riset mendalam untuk memastikan akurasi data serta pengembangan konsep visual yang relevan dengan identitas Desa Gesing. Riset ini mencakup wawancara dengan tokoh masyarakat (Kepala Desa dan Bendesa Adat), studi literatur mengenai potensi agraris, serta observasi langsung terhadap lanskap alam seperti pohon beringin, perkebunan kopi, dan perkebunan cengkeh. Data yang diperoleh menjadi dasar dalam penyusunan naskah (*scriptwriting*) dan papan cerita (*storyboard*) animasi yang menggambarkan kondisi wilayah, budaya dan keunggulan ekonomi kreatif desa (Rabiger & Cherrier, 2020).

Tahap produksi dilakukan dengan menerapkan teknik sinematografi dan pengumpulan aset visual yang mendukung strategi branding. Pengambilan gambar mencakup estetika lanskap wilayah desa menggunakan drone, dokumentasi aktivitas petani kopi dan cengkeh, serta interaksi sosial masyarakat lokal. Keberhasilan video branding sangat bergantung pada elemen visual riil dan narasi yang dinamis, sehingga mampu memberikan impresi yang kuat bagi penonton (Ellis & McLane, 2005).

Tahap pasca-produksi merupakan fase seluruh materi rekaman dan animasi disunting untuk menyusun alur branding yang kohesif. Proses ini meliputi compositing (penggabungan animasi ke dalam video), penyelarasan audio-visual, color grading untuk menciptakan atmosfer alam yang asri, serta penataan musik latar yang merepresentasikan

karakter Bali Utara. Tahap ini sangat krusial dalam meningkatkan estetika dan daya tarik visual sehingga video branding efektif dalam membangun citra positif desa di mata audiens global (Dancyger, 2013).

Program PKM dilaksanakan secara kolaboratif dengan perangkat desa guna memastikan data yang ditampilkan akurat. Setelah produk final dihasilkan, dilakukan kegiatan diseminasi dan evaluasi untuk mengukur efektivitas video branding dalam meningkatkan daya tarik Desa Gesing di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan website resmi desa, serta diputar dalam berbagai forum promosi pariwisata daerah.

3. Hasil dan Pembahasan

PKM ini melibatkan kegiatan lapangan yang mencakup dokumentasi dan produksi audiovisual secara komprehensif. Pengambilan gambar dilakukan di lokasi-lokasi ikonik Desa Gesing, seperti kawasan pohon beringin dan area perkebunan kopi maupun cengkeh yang luas untuk memperkuat autentisitas visual dalam video branding yang dikembangkan. Selain itu, perekaman aktivitas agraris, praktik budaya lokal menjadi bagian penting dalam proses ini untuk menangkap esensi yang disampaikan sebagai citra utama desa. Wawancara dengan narasumber kunci, seperti tokoh masyarakat (kepala desa dan bendesa adat), dan para petani kopi maupun cengkeh dilakukan guna memperoleh perspektif yang lebih mendalam mengenai aspek filosofis serta keunggulan kompetitif dari potensi desa yang diadaptasi ke dalam narasi visual (Suryawan & Utama, 2020).

Seluruh tim produksi, termasuk mahasiswa diberikan kesempatan terlibat langsung dalam berbagai aspek teknis produksi video profil dan animasi. Mahasiswa mempelajari penggunaan alat produksi profesional, seperti kamera sinema, stabilizer, mikrofon shotgun, hingga pengoperasian drone untuk pengambilan gambar udara, serta teknik sinematografi yang mendukung penciptaan atmosfer visual yang sesuai dengan konsep branding Desa Gesing (Astuti & Sari, 2021). Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam proses ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktik yang berharga, memperkuat pemahaman tentang integrasi riset lapangan dengan eksekusi teknis dalam proyek kreatif (Budiasa & Putra, 2023). Tahapan ini menjadi ruang pembelajaran kolaboratif untuk pengembangan keterampilan produksi konten digital secara komprehensif dan profesional.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap kepala Desa Gesing didapatkan data terkait obyek-obyek yang harus ditampilkan atau dijadikan konten dalam video profil. Obyek-obyek tersebut seperti: plang nama desa gesing, sungai cangkup, tanaman padi, landscap desa, kantor desa, pura Puseh, pura Dalem, pura pecalang/beringin, air terjun, permainan gangsing, masyarakat memetik/menjemur cengkeh, masyarakat memetik kopi/markisa/alpukat, budaya pindekan, budaya layangan mekorot, produksi kopi, produksi minyak daun cengkeh, air terjun, dan air panas. Permintaan Kepala Desa Gesing, agar objek-objek vital yang merepresentasikan identitas desa wajib diintegrasikan sebagai konten utama dalam video profil. Untuk menciptakan narasi yang runtut dan menarik, objek-objek tersebut diklasifikasikan ke dalam tiga pilar utama pembangunan desa, yaitu infrastruktur dan bentang alam, kehidupan sosial-keagamaan, serta potensi ekonomi lokal.



Gambar 1. Wawancara dengan Kepala Desa Gesing
Sumber: Tim pengabdian, 2026

Perjalanan menyelami Desa Gesing dimulai dari batas desa, di mana sebuah plang nama ikonik berdiri tegak menyambut siapapun yang datang untuk menyaksikan keselarasan hidup antara manusia, alam, dan tradisi. Memasuki wilayah desa, mata akan langsung dimanjakan oleh kemegahan landscape bentang alam yang asri, berupa hamparan sawah berundak yang hijau, kebun-kebun rakyat yang rimbun, serta jalanan pedesaan yang meneduhkan di kala matahari terbit maupun terbenam. Keindahan geografis ini semakin lengkap dengan eksotisme sungai Cangkup yang berair jernih, gemericik air terjun yang tersembunyi, hingga uap tipis yang membubung dari sumber air panas alami. Seluruh kekayaan alam ini berpadu selaras dengan kokohnya infrastruktur desa, mulai dari Kantor Desa Gesing yang tertata rapi, gedung SD 1 Gesing, fasilitas puskesmas, hingga Wantilan Desa yang menjadi pusat dinamika dan ruang komunal warga.

Di tengah fasilitas yang memadai tersebut, napas spiritualitas masyarakat Hindu Bali berembus khuyuk melalui keberadaan Pura Puseh, Pura Dalem, dan keteduhan Pura Pecalang yang dinaungi oleh pohon beringin sakral. Kehidupan sosial di desa ini bergerak dinamis namun tetap penuh kehangatan, tercermin dari potret gotong-royong warga serta keceriaan anak-anak yang bermain di lingkungan yang aman. Warisan leluhur pun tetap hidup berdampingan dengan waktu melalui berbagai atraksi budaya yang memikat hati, seperti permainan tradisional gangsing, kepakan layangan mekorot yang mewarnai langit bebas, serta putaran pindekan yang menari mengikuti arah angin (Wendra & Suarta, 2022).

Kekayaan budaya ini berjalan seiring dengan geliat ekonomi warga yang bertumpu pada kesuburan tanahnya. Sektor agrikultur dan peternakan menjadi urat nadi utama, menampilkan aktivitas para petani saat memetik dan menjemur cengkeh yang harum, memanen komoditas unggulan seperti kopi, markisa, alpukat, dan sayur-mayur, hingga merawat ternak sapi dan kambing. Dari ruang-ruang produksi rumahan, masyarakat lokal juga berhasil melakukan hilirisasi mandiri melalui proses pengolahan biji kopi berkualitas tinggi serta penyulingan minyak daun cengkeh yang bernilai jual. Potensi-potensi inilah dikemas menjadi daya tarik pariwisata yang autentik, agar para pelancong dapat menikmati keseruan jalur tracking pedesaan kemudian melepas lelah dalam kenyamanan homestay lokal yang dikelola langsung oleh warga dengan penuh keramahan.



Gambar 2. Objek yang diambil untuk konten video
Sumber: Tim pengabdian, 2026

Pada bagian akhir, video profil ini menampilkan sebuah cerita inspiratif melalui segmen wawancara singkat bersama tokoh masyarakat, dan perwakilan pemuda. Kepala Desa juga menyampaikan visi, misi, serta harapan besar ke depan agar Desa Gesing dapat bertransformasi menjadi desa yang maju dan mandiri secara ekonomi, tanpa harus kehilangan identitas adat yang luhur. Sebagai penutup yang berkesan, video menampilkan drone shot yang bergerak menjauh secara sinematik, memperlihatkan keindahan seluruh cakrawala desa yang berpadu dengan logo resmi dan sebuah penegasan kuat mengenai identitas wilayah ini, yakni "Gesing: Desa Harmoni, Desa Inspirasi."

Tabel 1. Storyboard video profil.

Scene	Durasi	Visual	Audio/SFX
1. Opening: Identitas	00:00- 00:15	<i>Cinematic Drone Shot</i> (Eagle eye) membelah kabut pagi, menembus batas desa dan plang nama "Desa Gesing". Transisi ke <i>A-roll</i> Kantor Desa yang bersih.	Musik instrumen rindik bambu lembut. SFX: Suara kicauan burung pagi dan angin esotik.
2. Alam & Lanskap	00:15- 00:35	<i>Extreme Wide Shot</i> landscape sawah berundak. <i>Panning shot</i> aliran sungai Cangkup yang jernih, gemericik air terjun, dan uap tipis dari kolam air panas alami.	Musik mulai bertempo sedang (paduan alat musik tiup tradisional). SFX: Suara deras air terjun dan aliran sungai.
3. Kehidupan Sehari-hari	00:35- 00:55	<i>Medium Shot</i> warga bergotong-royong di area wantilan. Kamera beralih ke keceriaan anak-anak SD 1 Gesing yang berjalan kaki bersama.	Musik bernuansa hangat dan ceria. SFX: Tawa anak-anak, suara langkah kaki, sapaan warga.
4. Budaya & Tradisi	00:55- 01:20	<i>Slow Motion Close-Up</i> putaran gasing kayu yang beradu. Kamera bergerak ke atas memperlihatkan layangan <i>mekorot</i> di langit biru dan <i>Pindekan</i> yang berputar ditiup angin di dekat Beringin Perjuangan.	Musik bertransisi ke ketukan dinamis. SFX: Desing suara gangsing dan suara <i>pindekan</i> .
5. Potensi Ekonomi	01:20- 01:45	<i>Macro Shot</i> jemari warga memetik buah kopi merah dan daun cengkeh. Visual beralih ke proses pengasapan/penyulingan minyak daun cengkeh yang autentik serta peternakan sapi/kambing warga.	Musik stabil, bersemangat. SFX: Suara kresek daun cengkeh kering, kepulan uap mesin sangrai kopi.
6. Pariwisata & Atraksi	01:45- 02:10	<i>Tracking Shot</i> Visual wisatawan sedang berjalan (<i>trekking</i>) menuju air terjun dan menikmati kehangatan <i>homestay</i> .	Musik mencapai klimaks (megah dan mengundang rasa kagum). SFX: Deru cipratan air.
7. Testimoni & Visi	02:10- 02:40	<i>Medium Close-Up</i> Kepala Desa/Bendesa berbicara di area Pura Puseh/Wantilan dengan latar belakang tanaman asri. Selingan (<i>B-roll</i>) aktivitas warga tersenyum ke kamera.	Musik latar melandai (volume turun di bawah vokal). Suara dialog jernih.

8. Closing & Branding	02:40 - 03:00	<i>High Angle Drone Shot</i> menjauh (<i>pull-out</i>) memperlihatkan seluruh landscape Desa Gesing yang berlatar matahari terbenam. Fade out ke logo resmi desa dan tagline.	Musik penutup yang menyentuh, diakhiri satu ketukan gong yang bulat.
-----------------------	---------------	---	--

Alur cerita dalam video profil dibuat menggunakan pendekatan pola kronologis-tematis yang sangat logis (alam-manusia-budaya-ekonomi-wisata-masa depan). Transisi dari pengenalan fisik (lanskap) menuju pengenalan rasa (sosial-budaya) hingga ke masa depan (visi/harapan) mengalir dan tidak melompat-lompat. Durasi total berkisar antara 2,5 hingga 3 menit adalah sweet spot (durasi ideal) untuk video profil modern. Tidak terlalu pendek sehingga informasi tetap padat, dan tidak terlalu panjang agar penonton tidak bosan (cocok untuk audiens digital/media sosial) (Pradnyana, 2021).

Penggunaan sudut pandang kamera (*camera angles*) bervariasi. Drone shot (*eagle eye/high angle*) pada bagian opening dan closing memberikan kesan megah, luas, dan sinematik. Macro/close-up shot pada bagian potensi ekonomi (memetik kopi/cengkeh) dan budaya (putaran gangsing) memberikan detail emosional yang intim, sehingga video tidak terasa monoton hanya berisi pemandangan jauh. Begitu juga penggunaan *slow motion* pada adegan permainan gangsing dan layangan *mekorot* tepat untuk menangkap dramatisasi budaya lokal.

Lebih lanjut pemetaan emosi penonton dilakukan melalui audio. Dimulai dengan musik instrumen rindik yang tenang, bertransisi ke gamelan yang dinamis saat membahas budaya, mencapai puncak megah pada bagian pariwisata, dan melandai (volume turun) saat testimoni agar suara tokoh terdengar jernih. Begitu juga kehadiran SFX (suara alam seperti kecipak air, suara pindekan, dan mesin sangrai kopi) sangat krusial. Ini membuat video terasa lebih hidup (*immersive*) dibandingkan hanya mengandalkan musik latar (*background*) saja (Chion, 2019).

Dalam video dimasukkan seluruh unique selling point (daya tarik unik) Desa Gesing. Objek-objek spesifik seperti sungai cangkup, air panas, tradisi pindekan, gangsing, hingga situs sejarah "Beringin Perjuangan" tidak sekadar menjadi tempelan, melainkan ditunai menjadi satu kesatuan identitas desa yang kuat. Penggunaan tagline "Gesing: Desa Harmoni, Desa Inspirasi" di bagian akhir berfungsi sebagai anchor (penguat ingatan) yang mempertegas citra positif desa setelah penonton selesai melihat video (Keller & Swaminathan, 2020).

4. Kesimpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Gesing ini mengintegrasikan riset lapangan dengan eksekusi teknis sinematografi melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam memproduksi video profil desa menggunakan alat profesional seperti kamera sinema dan drone. Seluruh daya tarik unik (*unique selling point*) Desa Gesing berhasil dipetakan secara terstruktur ke dalam tiga pilar pembangunan, yaitu infrastruktur dan bentang alam, kehidupan sosial-keagamaan, serta potensi ekonomi lokal. Video berdurasi ideal 2,5 hingga 3 menit disusun dengan pendekatan kronologis-tematis yang logis untuk merajut keindahan alam (seperti sungai cangkup), spiritualitas warga Hindu Bali, tradisi lokal (seperti permainan gangsing dan pindekan), hingga hilirisasi komoditas kopi dan cengkeh. Melalui variasi sudut pandang kamera yang dinamis, pengaturan emosi penonton lewat transisi audio dan Sound Effects (SFX) yang imersif, serta penyampaian visi-misi tokoh masyarakat, video ini ditutup secara sinematik dengan penegasan tagline "Gesing:

Desa Harmoni, Desa Inspirasi" sebagai penguat memori citra positif desa bagi audiens digital.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Gesing ini mengintegrasikan riset lapangan dengan eksekusi teknis sinematografi melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam memproduksi video profil menggunakan alat profesional seperti kamera sinema dan drone. Seluruh daya tarik unik (unique selling point) Desa Gesing dipetakan secara terstruktur ke dalam tiga pilar, yaitu infrastruktur dan bentang alam, kehidupan sosial-keagamaan, serta potensi ekonomi lokal. Video berdurasi ideal 2,5 hingga 3 menit disusun dengan pendekatan kronologis-tematis yang logis untuk merajut keindahan alam (seperti sungai cangkup), spiritualitas warga, tradisi lokal (seperti permainan gangsing dan pindekan), hingga hilirisasi komoditas kopi dan cengkeh. Melalui variasi sudut pandang kamera yang dinamis, pengaturan emosi penonton lewat transisi audio dan Sound Effects (SFX) yang imersif, serta penyampaian visi-misi tokoh masyarakat, video ini ditutup secara sinematik dengan penegasan tagline "Gesing: Desa Harmoni, Desa Inspirasi" sebagai penguat memori citra positif desa bagi audiens digital.

Secara teknis, seluruh tahapan produksi video mengadopsi standar industri sinematografi yang meliputi fase pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Kombinasi visual antara lanskap alam, ritme kehidupan spiritual warga, serta eksotisme tradisi lokal dijahit secara apik menggunakan teknik match-cut dan speed ramping guna menjaga engagement penonton sejak detik pertama. Pengambilan gambar dari udara menggunakan drone berorientasi pada nilai estetika visual, juga berfungsi untuk memetakan topografi perkebunan kopi dan cengkeh secara lebih representatif. Di samping itu, integrasi transisi audio yang halus dan efek suara yang nyata mampu membangun kedekatan emosional, dan pesan yang disampaikan oleh para tokoh masyarakat mengenai visi masa depan Desa Gesing dapat diterima secara persuasif oleh audiens luar.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa dan Bendesa Adat Gesing, yang telah menginisiasi dan mendukung pengembangan animasi dan video profil Desa Gesing. Kami juga berterima kasih kepada mahasiswa program studi animasi dan program studi produksi film dan televisi Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Bali atas kolaborasinya dalam proses produksi animasi dan video profil serta atas kontribusi teknis terhadap visualisasi narasi budaya. Apresiasi disampaikan kepada seniman pindekan, gangsing, layangan mekorot, dan petani yang sangat berkontribusi dalam menyempurnakan representasi narasi dan visual video profil. Program pengabdian ini didukung oleh hibah Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Institut Seni Indonesia Bali tahun 2026.

Daftar Pustaka

Antara, I. G. P. S. (2023). Sinematografi edukatif: Representasi visual nilai-nilai kearifan lokal budaya Bali dalam era digital. *Jurnal Dokumentasi Budaya*, 11(1), 34–47.

- Astuti, P., & Sari, R. M. (2021). Pengembangan keterampilan abad 21 mahasiswa melalui project-based learning dalam produksi media digital. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 18(2), 145–156.
- Aufderheide, P. (2007). *Documentary film: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Budiasa, I. M., & Putra, I. G. N. A. (2023). Pembelajaran kolaboratif berbasis proyek: Integrasi riset lapangan dan eksekusi teknis multimedia dalam program MBKM. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 8(1), 32–45.
- Chion, M. (2019). *Audio-vision: Sound on screen*. Columbia University Press.
- Dancyger, K. (2013). *The technique of film and video editing: History, theory, and practice*. Focal Press.
- Ellis, J. C., & McLane, B. A. (2005). *A new history of documentary film*. Continuum.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson.
- Payuyasa, I. N., & Putra, I. G. N. A. (2021). Pendampingan pembuatan video branding berbasis sinematografi sebagai media promosi digital potensi desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 142–155.
- Pradnyana, I. M. A. (2021). Strategi komunikasi visual dan digitalisasi informasi dalam menarik minat generasi milenial terhadap potensi desa wisata. *Jurnal Komunikasi Visual*, 9(2), 115–128.
- Putra, I. G. N. A. (2019). Strategi promosi digital dan tantangan perluasan informasi potensi wisata daerah di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 4(2), 78–89.
- Rabiger, M., & Cherrier, M. C. (2020). *Directing the documentary*. Routledge.
- Rahmawati, A. (2019). Strategi video branding dalam membangun identitas wilayah dan kepercayaan publik di era industri kreatif. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(1), 55–68.
- Setiadi, A. (2022). Video branding sebagai media komunikasi strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital. *Jurnal Media dan Citra*, 10(1), 45–58.
- Sudirga, I. K. (2018). Potensi agrowisata dan pelestarian budaya tradisional Bali Utara di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Budaya Nusantara*, 5(1), 45–56.

- Suryawan, I. B., & Utama, I. G. B. R. (2020). Pendekatan kualitatif dan teknik wawancara mendalam dengan tokoh adat dalam pemetaan potensi desa wisata di Bali. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 7(2), 112–125.
- Wendra, I. W., & Suarta, I. M. (2022). Nilai filosofis dan edukatif permainan tradisional gangsing dan pindekan dalam pelestarian budaya Bali Utara. *Jurnal kebudayaan Nusantara*, 5(2), 89–102.
- Widiastuti, N. L. (2020). Nilai ekologis dan filosofi spiritual pohon beringin dalam menjaga keseimbangan alam masyarakat Bali. *Jurnal Studi Kebudayaan*, 15(3), 210–223.
- Windia, W. (2015). Implementasi filosofi Tri Hita Karana dalam sistem pengelolaan pertanian dan sumber daya air di Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 5(2), 189–204.