

Penguatan Identitas Desa Wisata Kampuang Minang Nagari Sumpu melalui Perancangan Video Promosi Berbasis Audiovisual

Strengthening the Identity of the Kampuang Minang Nagari Sumpu Tourism Village through the Design of Audiovisual-Based Promotional Videos

Tedy Wiraseptya^{1)*}, Stefvany²⁾

¹⁾Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK

²⁾Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK

Diajukan 07 Desember 2025 / Disetujui 15 Februari 2026

Abstrak

Kampung Minang Nagari Sumpu merupakan destinasi wisata berbasis budaya di Sumatera Barat yang menawarkan keunikan berupa barisan Rumah Gadang, lingkungan alam yang masih asri, serta tradisi dan kuliner khas seperti Rendang Sumpu dan Ikan Bilih. Potensi tersebut telah dikembangkan oleh Pokdarwis secara kolaboratif bersama masyarakat sejak 2015 untuk menjaga keberlanjutan budaya dan ekonomi lokal, meskipun pengukuhan resmi sebagai kelompok pariwisata baru dilakukan pada 2019. Keterbatasan media promosi menyebabkan rendahnya eksposur dan pengetahuan publik terhadap daya tarik wisata budaya yang ditawarkan, termasuk aktivitas makan bajamba, pertunjukan kesenian tradisional seperti randai dan silek, serta program wisata edukatif seperti menjala ikan bilih dan bertani. Penelitian perancangan ini bertujuan menghasilkan video promosi dengan pendekatan audiovisual modern untuk memperkuat identitas visual serta meningkatkan *awareness* wisatawan terhadap Pesona Sumpu. Proses produksi dilaksanakan melalui tahapan observasi, pengambilan gambar, dan pengolahan video. Hasil karya memperlihatkan narasi visual cinematic yang menonjolkan nilai budaya dan keindahan alam secara persuasif sehingga dapat menjadi media promosi efektif dalam memperluas jangkauan publikasi dan meningkatkan minat kunjungan ke Desa Wisata Kampuang Minang Nagari Sumpu.

Kata Kunci: Desa Wisata, Audiovisual, Budaya Minang, Promosi Wisata, Nagari Sumpu

Abstract

Kampung Minang Nagari Sumpu is a cultural-based tourism destination in West Sumatra, offering unique features such as more than 70 traditional houses (Rumah Gadang), a pristine natural environment, and distinctive traditions and culinary delights such as Rendang Sumpu and Ikan Bilih. This potential has been developed collaboratively by the Tourism Group (Pokdarwis) with the community since 2015 to maintain the sustainability of local culture and economy, although its official inauguration as a tourism group was only made in 2019. Limited promotional media has resulted in low public exposure and knowledge of the cultural tourism attractions offered, including bajamba eating activities, traditional arts performances such as randai and silek, and educational tourism programs such as bilih fishing and farming. This design research aims to produce a promotional video with a modern audiovisual approach to strengthen the visual identity and increase tourist awareness of the charm of Sumpu. The production process involved observation, filming, and video processing. The resulting work showcases a cinematic visual narrative that persuasively emphasizes cultural values and natural beauty, making it an effective promotional medium for expanding publication reach and increasing interest in visiting the Kampuang Minang Nagari Sumpu Tourism Village.

Keywords: Minang Culture, Tourism Village, Nagari Sumpu, Tourism Promotion, Audiovisual

*Korespondensi Penulis:
E-mail: tedywiraseptya@upi.ptk.ac.id

PENDAHULUAN

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia karena memiliki peran penting dalam melestarikan kearifan lokal serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat berbasis komunitas (Bida, 2025). Dalam konteks Sumatera Barat, kehadiran berbagai destinasi wisata yang mengedepankan nilai tradisi Minangkabau menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara (Alhamdi, 2025). Salah satu destinasi yang memiliki potensi budaya kuat namun belum mendapatkan perhatian besar adalah Kampung Minang Nagari Sumpu, sebuah desa wisata yang berada di Kecamatan Batipuah Selatan, Kabupaten Tanah Datar (Evanita, 2023). Kawasan ini dikenal masih mempertahankan kehidupan masyarakat adat, arsitektur Rumah Gadang, dan tradisi kuliner yang khas. Potensi wisata tersebut menjadikan Sumpu sebagai ruang representasi budaya Minangkabau yang autentik dan berkelanjutan.



Gambar 1. Rumah Gadang di Pesona Sumpu

Kampung Minang Nagari Sumpu memiliki puluhan Rumah Gadang yang masih berdiri dan difungsikan sebagai tempat tinggal maupun aktivitas budaya masyarakat (Nuraini, 2018). Selain itu, lingkungannya didukung panorama alam yang masih asri dan jauh dari hiruk-pikuk perkotaan. Keindahan alam serta kekayaan arsitektur tradisional Sumpu menjadikannya destinasi ideal bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman liburan bernuansa budaya sekaligus menikmati suasana pedesaan yang tenang. Ditambah lagi dengan kehadiran kuliner khas seperti Rendang Sumpu, Pangek Sumpu, Abon Singgang, dan terutama Ikan Bilih yang menjadi identitas kuliner lokal, Sumpu semakin layak diangkat sebagai destinasi wisata unggulan berbasis budaya (Mandalia, 2023).

Di tengah arus modernisasi, masyarakat masa kini cenderung mencari destinasi wisata yang bukan hanya menyajikan hiburan visual, tetapi juga pengalaman mendalam terhadap budaya lokal (Zulhuda, 2025). melalui aktivitas wisata berbasis tradisi Minangkabau, Sumpu menawarkan pengalaman imersif yang meliputi makan bajampa, kesenian bansi dan saluang, pertunjukan randai dan silek, hingga edukasi dalam praktik bertani, menjala ikan bilih, ukiran tradisional, dan memasak

makanan khas Nagari Sumpu. Bentuk aktivitas ini tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga pemahaman kultural bagi wisatawan mengenai nilai-nilai adat Minangkabau.



Gambar 2. Aktivitas wisata budaya makan bajamba.

Sejarah pengembangan wisata Sumpu tidak terlepas dari peran Pokdarwis, yang telah bergerak sejak 2015 untuk memperkenalkan potensi wisata berbasis budaya dan pelestarian Rumah Gadang. Kepengurusan resmi baru dikukuhkan pada 2019 dan sejak itu masyarakat semakin aktif berkolaborasi untuk mempromosikan daerah (Lianto, 2025). Permasalahannya, meskipun sudah bergerak secara mandiri, tingkat eksposur destinasi ini di media sosial maupun digital masih tergolong rendah dibandingkan destinasi wisata terkenal lainnya di Sumatera Barat, seperti Harau, Istano Basa Pagaruyung, atau Ngarai Sianok.

Permasalahan utama yang muncul adalah bagaimana pesona Sumpu dapat dikenal oleh publik luas di era transformasi digital saat ini. Kendala promosi yang masih mengandalkan media konvensional dan keterbatasan konten audiovisual yang menarik menyebabkan jangkauan informasi menjadi sangat terbatas. Dalam konteks promosi pariwisata modern, media audiovisual seperti video promosi merupakan sarana efektif, karena menggabungkan elemen visual dan audio yang mampu membangkitkan emosi serta memberikan gambaran yang lebih imersif mengenai sebuah destinasi wisata (Wiraseptya, 2024).

Saat ini perkembangan media digital memungkinkan masyarakat mengakses informasi secara cepat melalui platform daring seperti YouTube, Instagram, dan situs pariwisata. Karena hal demikian Sumpu perlu menerapkan strategi promosi berbasis konten sinematografi profesional, sehingga nilai budaya yang dimiliki dapat dikemas secara kreatif untuk menarik wisatawan dari berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang melek teknologi. Dengan demikian, audiovisual menjadi jembatan penting antara kekayaan tradisi dan dinamika zaman.

Tujuan utama dari perancangan video promosi adalah meningkatkan pemahaman dan minat wisata publik terhadap Pesona Sumpu, menghadirkan citra destinasi yang kuat dan kompetitif di antara destinasi wisata lain, memperluas kanal promosi yang dapat diakses melalui berbagai platform digital. Sehingga perancangan video ini memiliki urgensi kuat untuk mendorong pariwisata Sumpu agar semakin dikenal luas, tidak hanya sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran budaya Minangkabau yang penuh pengalaman interaktif.

METODE PENELITIAN

Penelitian perancangan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami potensi visual serta karakter budaya Kampuang Minang Nagari Sumpu sebagai materi utama dalam produksi video promosi. Dua fokus utama metode adalah (1) analisis visual dan (2) proses perancangan karya audiovisual.

Metode Analisis Visual

Analisis visual dilakukan terhadap objek wisata dan berbagai aktivitas budaya yang menjadi representasi identitas Pesona Sumpu. Penentuan elemen visual dalam penelitian ini mengacu pada kerangka Analisis Komposisi (*Compositional Interpretation*) oleh Gillian Rose yang menekankan pada aspek modalitas citra seperti komposisi, warna, dan pencahayaan untuk membangun narasi visual (Widodo, 2025). Tahapan analisis meliputi:

Observasi Langsung dan Identifikasi Objek

Peneliti melakukan observasi partisipatif untuk memetakan potensi visual yang mencakup:

1. Lingkungan alam (bentang alam Sumpu)
2. Ikon budaya (Arsitektur Rumah Gadang)
3. Aktivitas kesenian dan tradisi lokal (*Makan bajamba*, silek)
4. Kuliner khas (Ikan bilih)

Dokumentasi Data Visual

Pengumpulan data awal dilakukan melalui teknik *visual mapping*. Data ini dianalisis untuk menentukan skema warna (*color palette*), gaya pengambilan gambar (*shot style*), dan ritme visual yang kemudian ditransformasikan ke dalam *storyboard*.

Analisis Representasi Budaya

Menggunakan pendekatan representasi (*stuart hall*) dalam analisis representasi budaya mengungkapkan karakter dari setiap pesan (Solichah, 2023). Pemilihan elemen visual diprioritaskan pada keunikan lokal yang memiliki nilai identitas kuat, seperti *makan bajamba* dan edukasi menjala ikan bilih, guna memastikan pesan budaya tersampaikan secara akurat kepada audience.

Pendekatan Visual Cinematic

Konsep video mengadopsi gaya promosi pariwisata modern dengan menekankan pada aspek estetika sinematik. Tahap ini menentukan aspek teknis seperti pergerakan kamera (*camera movement*), penggunaan cahaya alami (*natural lighting*), dan kedalaman ruang (*depth of field*) untuk membangun suasana emosional yang persuasif.

Proses Perancangan Audiovisual

Proses perancangan video promosi ini mengikuti alur kerja produksi media digital yang terbagi ke dalam tiga tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi (Binanto, 2020).



Gambar 3. Timeline Proses Perancangan Audiovisual

Pra-produksi

Tahap ini merupakan fondasi konseptual untuk menerjemahkan hasil analisis visual ke dalam rancangan teknis. Aktivitas meliputi:

1. Ide dan Sinopsis
Menetapkan tema “Pesona Sumpu” sebagai identitas utama Nagari Sumpu.
2. Shot List
Penyusunan ide *coynuity* dalam mengumpulkan footage antara budaya dan keindahan alam.
3. Penentuan Lokasi
Memilih titik-titik ikonik di Nagari Sumpu dan melibatkan masyarakat terkait sebagai subjek autentik dalam video.

Produksi

Tahap pengambilan gambar (*shooting*) yang difokuskan pada perolehan aset visual berkualitas tinggi sesuai dengan standar sinematografi modern:

1. Teknik Sinematografi
Penggunaan variasi *angle* seperti *Extreme Wide Shot* untuk lanskap dan struktur pemukiman, *Medium Shot* untuk menonjolkan aktivitas budaya dan interaksi masyarakat, *high angel-bird angel* untuk menghadirkan perspektif ruang yang luas dan dramatis.
2. Pergerakan Kamera
Penggunaan *gimbal stabilizer* untuk menghasilkan gerakan *pan*, *tilt*, dan *follow* yang halus guna meniptakan kesan dinamis dan profesional.
3. *Lighting*
Memanfaatkan *golden hour* (cahaya alami pagi dan sore hari) untuk memperkuat saturasi warna alami arsitektur Rumah Gadang.

Pasca-Produksi

1. Offline Editing
Penyusunan klip sesuai menyesuaikan urutan untuk membangun alur cerita yang koheren.
2. *Color Grading*
Pemberian *color profile* yang hangat (*warm*) untuk menonjolkan kesan tradisional dan ramah
3. *Sound Engineering*
Integrasi musik latar (Instrumen dan *ambient*) dan *voice over*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perancangan Video Promosi Pesona Sumpu

Perancangan ini menghasilkan sebuah video promosi audiovisual yang bertujuan memperkenalkan kekayaan budaya dan keindahan alam Kampuang Minang Nagari Sumpu kepada masyarakat luas. Video ditampilkan dengan gaya *cinematic tourism promotion*, sehingga mampu memvisualisasikan suasana desa wisata secara persuasif dan emosional.

Berikut beberapa footage dalam video:



Video dirancang dengan pendekatan sinematografi modern melalui penggunaan berbagai teknik pengambilan gambar seperti *long shot* untuk memperlihatkan lanskap dan tata ruang budaya, medium dan *close-up* untuk menegaskan ekspresi serta detail tradisi, serta aerial/drone untuk memberikan perspektif yang lebih luas dan dramatis terhadap panorama alam Nagari Sumpu. Perpaduan gaya tersebut diharapkan mampu menyesuaikan selera masyarakat digital masa kini yang cenderung lebih tertarik pada konten visual dinamis dan estetis. Secara naratif, video juga dirancang dengan *storytelling* yang menyampaikan informasi mengenai budaya Minangkabau secara bertahap, sehingga dapat membangun ketertarikan emosional audiens dan membentuk imajinasi mereka sebelum datang langsung ke lokasi.

1. Representasi Identitas melalui Arsitektur (*Homestay* Rumah Gadang)

Pembahasan hasil karya menonjolkan fungsi Rumah Gadang bukan sekedar objek visual, melainkan media edukasi. Dalam video, visual diarahkan untuk memperlihatkan detail arsitektur seperti *gonjong* dan *anjong*.



Gambar 4. Arsitektur Rumah Gadang di Nagari Sumpu

Penerapan sudut pandang *eye level* dan *medium shot* saat menjelaskan filosofi Rumah Gadang bertujuan untuk menciptakan kedekatan antara subjek dan penonton. Hal ini sesuai dengan

konsep identitas visual bahwa keunikan bentuk bangunan tradisional merupakan pembeda utama (*Unique Selling Point*) yang memperkuat karakter *Kampuang Minang* di mata wisatawan.

2. Visualisasi Tradisi dan Kelestarian Alam (Atraksi *Manjalo*)

Adekan atraksi *manjalo* (menjala ikan) di atas sampan menjadi bagian krusial dalam pembahasan. Video secara efektif menangkap momen tradisional yang disebut masyarakat sebagai *marambang*.



Gambar 5. Kehidupan masyarakat dengan danau

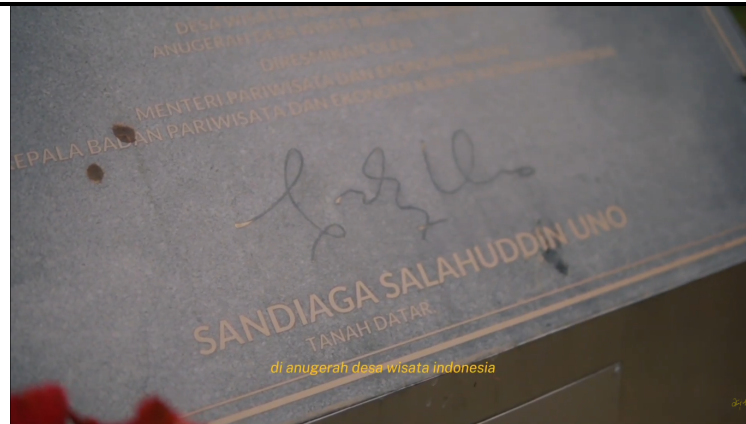


Gambar 6. Cara menangkap ikan *marambang*

Secara teknis, penggunaan wide shot memperlihatkan hubungan harmonis antara manusia (nelayan) dengan ekosistem Danau Singkarak. Visual ini berfungsi untuk mengkomunikasikan pesan bahwa Nagari Sumpu adalah kawasan yang masih menjaga kelestarian ikan bilih melalui cara penangkapan tradisional. Gaya pengambilan gambar yang stabil meskipun subjek berada di atas sampan yang tidak stabil menciptakan kontras visual yang menarik dan estetik

3. Narasi Pencapaian dan Kepercayaan Publik

Pembahasan juga mencakup aspek *social proof* melalui penyebutan prestasi yang telah diraih, seperti peringkat nasional dalam kategori souvenir pada Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021.



Gambar 7. Prasasti peraih ADWI dari Menteri Pariwisata

Penyisipan potongan adegan penghargaan atau dokumentasi prestasi dalam video berfungsi untuk membangun kepercayaan (*trust*) calon wisatawan. Penggunaan narasi langsung dari tokoh pengelola memberikan kesan autentik dan emosional, menunjukkan bahwa pariwisata di Sumpu adalah sebuah proses berkelanjutan, bukan sekadar proyek sesaat.

4. Analisis Elemen Audiovisual

a. Audio

Penggunaan suara asli (*ambient sound*) dan narasi langsung tanpa terlalu banyak musik latar yang dominan menjaga kesan pedesaan yang jujur.

b. Editing

Akur cerita disusun secara kronologis mulai dari pengenalan fisik (Rumah Gadang), aktivitas (*Manjalo*), hingga pengakuan (Prestasi), sehingga penonton mendapatkan pemahaman komprehensif tentang identitas desa dalam waktu singkat.

Luaran penelitian ini adalah video promosi sinematik berdurasi 02:42 menit (1080p) dan aset *micro-content* vertikal untuk media sosial. Strategi implementasi dilakukan melalui distribusi kanal digital (Youtube) sebagai etalase digital dan pameran *on-site* untuk memperkuat pengalaman pariwisata. Kontribusi praktisnya adalah penyediaan instrumen promosi mandiri bagi pengelola untuk mengatasi keterbatasan dokumentasi visual. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada model perancangan komunikasi visual berbasis kearifan lokal, yang membuktikan bahwa integrasi estetika cinematografi dan narasi autentik mampu memvalidasi identitas budaya sekaligus meningkatkan *brand awareness* destinasi secara signifikan.

SIMPULAN

Peneliti menyadari keterbatasan data kuantitatif mengenai jumlah kunjungan. Oleh karena itu, klaim efektivitas dalam artikel ini ditekankan pada efektivitas komunikatif, yakni sejauh mana hasil rancangan video telah memenuhi parameter estetika dan elemen informasi yang dibutuhkan untuk memperkuat identitas visual desa wisata berdasarkan teori desain komunikasi visual. Video yang dihasilkan berhasil merepresentasikan empat elemen utama daya tarik wisata, yaitu arsitektur Rumah Gadang, keindahan alam yang masih terjaga, aktivitas budaya, serta tradisi lokal. Pendekatan sinematografi modern dan dukungan unsur audio tradisional mampu menciptakan narasi visual yang persuasif, informatif, serta memberi pengalaman imersif kepada audiens. Publikasi melalui media digital juga membuka peluang lebih luas untuk memperkenalkan Pesona Sumpu kepada khalayak nasional dan mancanegara sehingga dapat berdampak pada meningkatnya kunjungan wisata.

Daftar Pustaka

- Alhamdi, D. N., Hidayatullah, D., Ramadintha, S. S., & Lisna, Y. P. (2025). Randai Minangkabau: Potensi Budaya yang Perlu Diangkat di Desa Silungkang Oso. *Ranataya: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 1(1), 12-24.s
- Binanto, I. (2010). *Multimedia digital-dasar teori dan pengembangannya*. Penerbit Andi.
- Bida, O., Sigiro, B., & Hadirman, H. (2025). Sinergi Budaya Dan Kebijakan Publik dalam Pengemasan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kota Tomohon: Telaah Atas Faktor Politik, Sosial Ekonomi, dan Lingkungan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(9), 2657-2682.
- Evanita, S., Indrayuda, I., Asri, Z., Syofyan, R., & Fahmi, Z. (2023). Revitalisasi Perkampungan Adat Sijunjung Sebagai Pusat Destinasi Wisata Budaya Minangkabau di Sumatera Barat. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 409-419.
- Lianto, M. R. (2025). *Profil dan Praktek Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Kampuang Minang (Studi Kasus pada Desa Wisata Kampuang Minang Nagari Sumpu, Kecamatan Batipuh Selatan, Kabupaten Tanah Datar)*. (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Mandalia, S., & Apriliana, N. (2023). Strategy for the development of Kampuang Minang tourism village in Nagari Sumpu, West Sumatra. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 15(2), 100-114.
- NURAINI, R. G. E. (2018). Persepsi Masyarakat Sumpu Terhadap Rumah Gadang (Pasca Rekonstruksi Rumah Gadang Siti Fatimah Dan. *Jurnal REKAYASA*, 8(01), 050-062.
- Zulhuda, R., Delima, I. P., Oktavianti, W., & Azizah, F. (2025). Kearifan lokal sebagai sumber inspirasi dalam pengembangan produk wisata budaya kreatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 2089-2100.
- Wiraseptya, T., & Yunus, M. (2024). Basirompak: Dokumenter Tradisi dan Ritual Sirompak Taeh di Nagari 50 Kota. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 6(1), 95-100.
- Widodo, A. S., & Ortiz, M. (2025). Analisis Visual Video Promosi Pemasaran Dan Tren Gaya Hidup Generasi Z Pada Media Sosial Tiktok. *Snades*, 4(1), 55-61.
- Sholichah, I. M. A., Putri, D. M., & Setiaji, A. F. (2023). Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *Education: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 32-42.