

ABDIMAS UNIVERSAL

<http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal>

DOI : <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v6i2.442>

Received: 17-03-2024

Accepted: 02-05-2024

Pengembangan *YouTube* Desa sebagai Media Promosi Potensi Desa Klatakan Ida Fitriana Ambarsari^{1*}; Yuni Maulida¹; Fathor Rosit¹; Fathol Latif¹; Ahmad Karomi¹

¹STKIP PGRI Situbondo, Indonesia

^{1*}Email: ifa643@gmail.com

Abstrak

Penggunaan *YouTube* sebagai *platform* berbagi video telah menjadi fenomena global dan potensinya tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar, tetapi juga dapat diaplikasikan di tingkat desa tentunya di Desa Klatakan, Kabupaten Situbondo. Aplikasi *YouTube* tersebut sudah ada pada *smartphone* masyarakat setempat. Hal ini ditandai dengan seringnya masyarakat mengakses *YouTube* dalam kesehariannya, tergantung dari banyaknya kuota data atau memanfaatkan jaringan *wifi* gratis di berbagai tempat. Artikel ini membahas konsep inovatif pengembangan *YouTube* sebagai media promosi untuk meningkatkan visibilitas dan potensi ekonomi lokal yang ada di desa Klatakan yang berfokus pada promosi pariwisata desa, pengembangan produk lokal, dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini dapat menjadi alat strategis dalam menghubungkan desa Klatakan dengan dunia digital. Dalam pembahasan kali ini dirinci 15 referensi yang mendukung gagasan tersebut, antara lain literatur tentang interaksi *online*, pemasaran media sosial, dan strategi *guerrilla marketing*. Pengembangan *YouTube* desa bukan hanya tentang memajang desa secara visual, tetapi juga tentang menciptakan keterlibatan masyarakat dan kesempatan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan konsep ini, diharapkan desa Klatakan dapat memanfaatkan keunggulan teknologi digital untuk mengangkat potensi lokal mereka dan meningkatkan konektivitas dengan masyarakat global.

Kata Kunci: *youtube desa, potensi desa, promosi desa, pengabdian kepada masyarakat*

Abstract

The use of *YouTube* as a video sharing platform has become a global phenomenon, and its potential is not only limited to the surrounding environment, but can also be applied at the village level, of course, in Klatakan Villages, Situbondo. The *YouTube* application already exists on local people's smartphones. This is characterized by people frequently accessing *YouTube* in their daily lives, depending on the amount of data quota, or using free *wifi* networks in various places. This article discusses the innovative concept of developing *YouTube* as a promotional media to increase the visibility and potential of the local economy in the village by focusing on the benefits for village tourism, developing local products, and empowering the community in Klatakan Village. This approach can be a strategic tool in connecting Klatakan Village with the digital world. In this discussion, we detail 15 references that support this idea, including literature on online interactions, social media marketing, and guerilla marketing strategies. *YouTube* village development is not just about showcasing the village visually, but also about creating community involvement and sustainable economic opportunities. Through this concept, it is hoped that Klatakan Village can take advantage of the advantages of digital technology to elevate their local potential and increase connectivity with the global community.

Keywords: *village youtube, village potential, village promotion, community service*

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya teknologi masa kini, siapapun yang jauh akan lebih dekat jika terkoneksi internet. Internet terkenal unggul dalam menghimpun berbagai orang, dengan kondisi geografis seperti apapun tidak akan menjadi masalah pembatas dalam mendapatkan suatu informasi. Media sosial berbasis video yang sering diakses di *smartphone* adalah *YouTube*. Mulai dari berita, musik dengan klip terbaru, video komedia ataupun animasi semua ada di *YouTube* (Mukhriza, Fauzi, & Yunita, 2020).

YouTube juga membagikan konten-konten yang membantu dalam kehidupan masyarakat yang membutuhkan informasi secara audio maupun video seperti pelayanan desa Klatakan (Leuwol, Pd, Sc, Pd,

& Pw, n.d.) dimana warga klatakan tidak perlu harus ke desa untuk meminta tanda tangan kepala desa untuk pembuatan KK, Akte Kelahiran, surat untuk menikah atau berkas kelengkapan yang dibutuhkan di rumah sakit untuk pengajuan administrasi bantuan (Setyowardhani, Susanti, & Riyanto, 2019). Selain tutorial untuk pelayanan desa *YouTube* juga membantu warga Klatakan dalam mempermudah kegiatan sehari-harinya seperti turorial pembuatan kerajinan tangan dan juga membantu ibu rumah tangga dalam membuat kue untuk menambah penghasilan seseorang (Abdillah, 2023). Selain sebagai tutorial, seseorang juga bisa mendapatkan penghasilan melalui *YouTube* dengan mendaftarkan akun *YouTube Google Advance* dimana ketika seseorang melihat iklan disana penghasilan yang

kita dapatkan dengan syarat 10.000 *followers* (Leuwol et al., n.d.).

YouTube merupakan bagian dari media baru yang diakses menggunakan internet pada suatu *platform* untuk memublikasikan video. *Platform* ini dapat digunakan oleh siapa saja dan dimana saja asalkan memiliki jaringan internet. *YouTube* juga menyediakan berbagai fitur menarik juga dapat sebagai informasi penting tentang pengetahuan (Putri, Wicaksono, & Yusoh, 2022).

Dalam penggunaan *YouTube*, media audio visual atau digital yang saat ini sedang populer dan berkembang sangat pesat, dimana seluruh masyarakat dengan mudah mengaksesnya. Media *YouTube* merupakan media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan untuk mendorong kreativitas seseorang agar lebih kreatif dalam membuat perancangan dan menemukan konsepnya untuk mempromosikan suatu produk atau wisata di daerah tersebut agar lebih dikenal oleh orang luar atau di sekitarnya (Meranggi, Mandira, Kusuma & Wijaya, 2023). *YouTube* menjadi salah satu fenomena yang mendunia yang merupakan situs *video sharing* yang berfungsi sebagai sarana untuk berbagi video secara daring. *YouTube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak”. Pengguna bisa berpartisipasi mengunggah video ke server *YouTube* dan membagikannya kepada pengguna lain di seluruh dunia.

Dengan adanya *YouTube* Desa Klatakan, hal ini dapat memberikan informasi terkait wisata yang dapat dikenal oleh orang luar yaitu Wisata Kampung Kerapuh dan Kampung Blekok yang mempunyai keindahan yang sangat menakjubkan dimana *YouTube* memberikan arahan menuju lokasi dengan video tutorial tempat yang akan kita kunjungi dan tiket yang harus dibayar pada saat masuk ke daerah wisata tersebut (Febrian, 2020). Desa Klatakan juga mempunyai UMKM yang masyarakatnya sangat kreatif, contohnya kerajinan kerang yang dibuat gantungan kunci maupun gorden, kerajinan kayu yang dibuat menjadi keterampilan unik seperti meja, kursi, dan peralatan dapur (Wijaya & Okta, 2021). Selain itu, Desa Klatakan juga dikenal sebagai desa wisata dengan potensi laut. Desa Klatakan memiliki beberapa destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Beberapa diantaranya adalah Wisata Kampung Blekok dan Kampung Kerapuh. Keduanya menyuguhkan keindahan laut, namun dengan pesona yang berbeda. Lebih lanjut, masih banyak lagi potensi-potensi yang dimiliki oleh Desa Klatakan. Dengan memanfaatkan teknologi, diharapkan potensi-potensi tersebut dapat diperkenalkan dan diketahui oleh masyarakat luas, yang bisa berdampak pada peningkatan di sektor perekonomian masyarakat Desa Klatakan.

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku karakter manusia dalam mengekspresikan dirinya. Pada bidang seni dan untuk menghasilkan kemampuan gagasan baru yang menarik dan bernilai bagi pemecahan suatu masalah sebagai daya cipta misalnya menciptakan tari dan alunan irama dari gerakan menjadi satu kesatuan dengan berbagai ide-ide baru (Mastanora, 2018). Oleh karena itu, *YouTube* bukan hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai wadah untuk meningkatkan bakat anak-anak muda dalam mengembangkan seni. Ekspresi juga merupakan salah satu daya tarik dalam seni untuk menghargai kekayaan seni tari yang mendalam. Sehingga, kepala desa Klatakan mengadakan pelatihan seni guna meningkatkan pengetahuan kreativitas seni contohnya seni tari dan gamelan yang ada di desa Klatakan (Khomariah, 2018). Situs *website YouTube* bukan hanya sebagai wahana promosi tetapi juga informasi dalam meningkatkan kreativitas serta pengetahuan bagi warga klatakan (Andhika, 2019). *YouTube* juga sangat memudahkan pengguna mengunggah berbagai video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya. Ini tentu sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi dalam membuat video berikutnya (Putri, Wicaksono, & Yusoh, 2022).

2. Bahan dan Metode

YouTube merupakan media yang sangat berpengaruh pada kehidupan seseorang dan untuk itu, tim melakukan metode pengembangan tentang *YouTube* sebagai media promosi wisata dan UMKM yang ada di desa Klatakan. Pada metode pelaksanaan pembuatan video, tim pengabdian menggunakan alat sederhana yaitu, *HP Android* dan *Tripod*. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini terdiri dari 3 langkah, dari pembuatan video hingga upload video yaitu (1) Pengambilan video, (2) Pengeditan video, dan (3) Pengunggahan video (Mangole, Himpong, & Kalesaran, 2017).

Langkah pertama yang harus dilakukan yaitu, pengambilan video wisata yang ada di desa Klatakan yaitu, Kampung Kerapuh dan Kampung Blekok, serta UMKM warga Klatakan, dimana pada saat pengambilan video, harus dilakukan observasi terlebih dahulu kemudian dilanjutkan membuat video yang akan diedit dan diunggah selanjutnya. Pada pengambilan video digunakan alat sederhana seperti *HP Android* dan *Tripod*. Pada pengambilan video, ekspresi seseorang sangat berpengaruh dalam promosi di dalam video (Ambarwati & Kurniasih, 2021).

Langkah kedua yaitu pengeditan video dimana pada saat pengeditan dibutuhkan konsentrasi dengan ide-ide dan fitur-fitur yang menarik untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Dalam pengeditan video digunakan aplikasi *Capcut*, karena

aplikasi ini sangat mudah dimengerti dan mempunyai fitur-fitur yang menarik (Bargandini & Arsawati, 2022).

Langkah ketiga, *upload* atau pengunggahan video yang sudah diedit. Sebelum mengunggah video harus dilakukan revisi terlebih dahulu terhadap video yang tidak sesuai atau kualitasnya kurang baik sehingga diperoleh video yang menarik dan masyarakat sekitar serta seluruh dunia tertarik untuk melihatnya (Setiawan, Supriyono, Setiaji, & Handayani, 2022).

YouTube juga sangat memudahkan seseorang dalam segala hal yang terdapat banyak sekali pilihan konten yang menarik tidak hanya satu, meskipun penyediannya juga dari orang lain, dan video yang terdapat di *YouTube* itu bisa dicari hanya dari judulnya, hal ini yang memudahkan seseorang untuk menemukan apa yang mereka cari (Yanti & Budayawan, 2023).

YouTube juga memungkinkan seseorang untuk belajar secara otodidak dalam mengutak-atik video dan menambah kualitasnya. Hal ini dapat dilihat dalam fitur *YouTube Editor*. Meskipun fitur yang ditawarkan jauh lebih sederhana dan sedikit dibanding aplikasi edit video lainnya, layanan ini sangat cocok untuk pengguna. Minimal, mereka dapat mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, dan *slow motion* hingga menemukan hak cipta musik gratis untuk ditambahkan kepada video yang dibuat pengguna (Setiyani, Basir, Awalludin, & Purwani, 2023).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pengembangan *YouTube* yang dilaksanakan oleh mahasiswa yang mengikuti Program Pengabdian Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Desa (PBPMD) STKIP PGRI Situbondo yang berada di naungan desa Klatakan yakni *YouTube* tidak hanya sebagai media promosi, tapi juga sebagai media informasi yang membantu masyarakat Klatakan dalam melakukan kreativitas.



Gambar 1. Penyusunan Program Kerja

Pada tanggal 14 Januari 2024, mahasiswa dan DPL PBPMD Desa Klatakan mengadakan diskusi tentang penyusunan program kerja yang akan dilaksanakan di desa Klatakan. Hasil yang diperoleh setelah diskusi dirumuskan 6 program kerja yang akan dilaksanakan oleh PBPMD Desa Klatakan. Tiga program kerja utama yang akan dilaksanakan di desa Klatakan, yaitu pembuatan *website* desa, pengembangan *YouTube* desa, dan pelatihan *Canva for Education* di sekolah dasar.

Selanjutnya, dirumuskan pula tiga program kerja pendukung yaitu, pelatihan tajhizul mayit, penuntasan buta aksara, dan Desa Berkah (Desa Bersih dan Barokah). Program kerja tersebut hasil diskusi mahasiswa PBPMD Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo dengan Dosen Pembimbing Lapangan. Setelah dirumuskan program kerja, koordinator program kerja dan anggota PBPMD melakukan diskusi tentang rencana program kerja dan anggota-anggota yang akan bergabung di masing-masing program kerja.



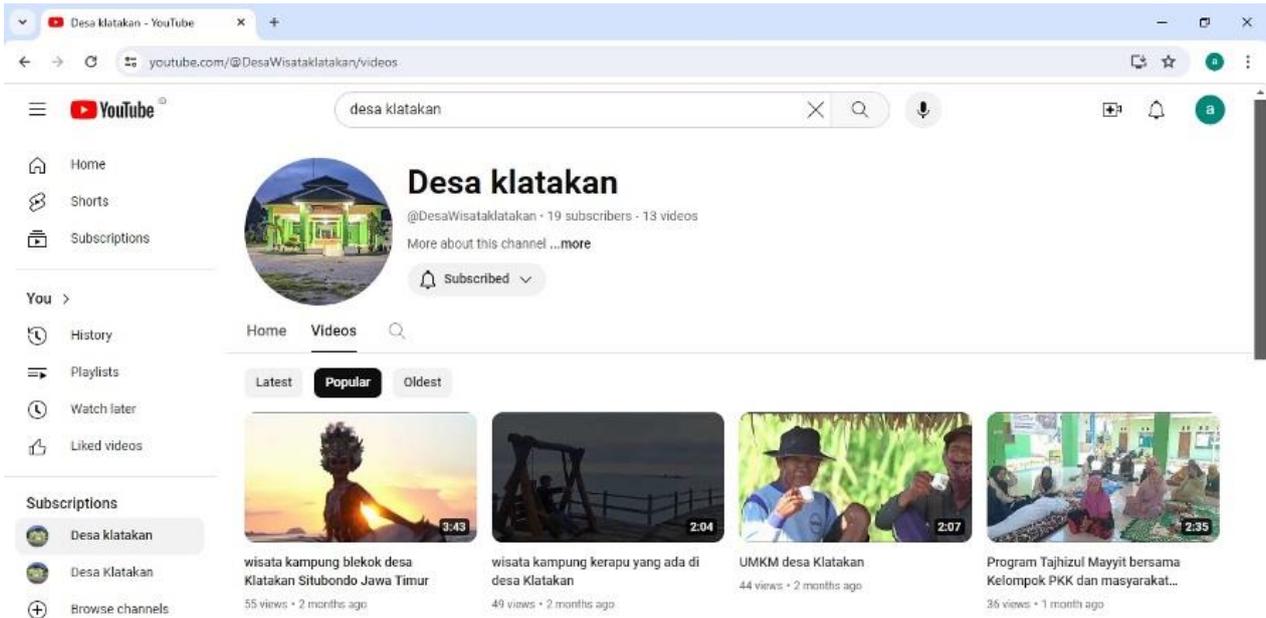
Gambar 2. Koordinasi dengan mitra, Kepala Desa Klatakan

Pada hari Senin, tanggal 15 Januari 2024, mahasiswa PBPMD Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo berkoordinasi dengan mitra, yakni Kepala Desa Klatakan untuk pelaksanaan program kerja utama pengembangan *YouTube* Desa Klatakan. Setelah mendapatkan izin serta informasi terkait kelompok masyarakat yang dapat dilibatkan dalam program kerja tersebut, tim program kerja berkoordinasi dengan BUMDes Klatakan terkait akun *YouTube* yang telah ada dan perlu dikembangkan kembali. Hasil dari diskusi diputuskan untuk membuat video yang paling dibutuhkan oleh BUMDes dan Desa Klatakan yakni terkait Profil Desa, Promosi Wisata, UMKM, Budaya yang Ada, serta Tutorial Layanan *Online* Mandiri di Desa Klatakan.

Selain itu, tim program kerja *YouTube* desa juga memublikasikan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa PBPMD Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo Tahun 2024 serta program kerja utama dan

pendukung yang dilaksanakan di desa. Diperoleh 12 video yang telah dipublikasikan pada *YouTube* Desa

Klatakan yang dapat diakses melalui link <https://www.youtube.com/@DesaWisataklatakan>.



Gambar 3. YouTube Desa Klatakan

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah pengambilan foto dan video tentang wisata-wisata yang ada di Desa Klatakan. Hal ini karena Desa Klatakan yang dikenal sebagai Desa Wisata dan program kerja ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mempromosikan potensi desa.

Tanggal 17 Januari 2024 dilakukan pengambilan video, pengeditan sekaligus publikasi video terkait Wisata Kampung Kerapu dan Wisata Kampung Blekok. Wisata Kampung Blekok terletak di Dusun Pesisir Timur, sedangkan Wisata Kampung Kerapu terletak di Dusun Gundil. Kedua wisata tersebut merupakan wisata yang populer dan memiliki banyak pengunjung namun dengan pesona yang berbeda dan perlu dipromosikan terus dari waktu ke waktu sebagai aset Desa Wisata Klatakan. Wisata Kampung Blekok memiliki pesona alami dengan kekayaan hewan dan hutan bakau di sepanjang jalan serta dilengkapi spot-spot foto yang beragam. Sedangkan, Wisata Kampung Kerapu terlihat lebih sederhana namun dilengkapi sentuhan inovasi modern, contohnya tersedia olahraga air, seperti *snorkeling* dan juga dikembangkan kafé di atas laut dan banyak lainnya. Alat yang digunakan merupakan alat sederhana seperti *handphone* dan *tripod*.



Gambar 4. Pengambilan Video Wisata Kampung Kerapu dan Kampung Blekok

Berikutnya, dilakukan pengambilan video, pembuatan, dan *upload* video terkait Profil Desa Klatakan. Desa Klatakan yang terdiri dari 7 dusun, yaitu Semekan Utara, Semekan Selatan, Krajan, Pesisir Timur, Pesisir Barat, Gundil, dan Peccarron.



Gambar 5. Pengambilan Video Profil Desa Wisata Klatakan

Berikutnya, dilakukan pengambilan video tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada

di Desa Klatakan. Beberapa UMKM berpusat pada wisata Kampung Blekok dan Kampung Kerapu. Banyak UMKM yang berkembang di Desa Klatakan, namun hanya beberapa dikelola dengan baik dan UMKM lain masih perlu dikembangkan bersama. UMKM yang ada di Desa Klatakan antara lain UMKM Tahu, Keripik Singkong, Kerajinan Tangan, Kerajinan Kerang, Kerajinan Kayu, dan Peternakan.



Gambar 6. Pengambilan Video UMKM Desa Klatakan

Pembuatan video-video tersebut juga dikolaborasikan dengan video yang telah ada datanya pada BUMDes. Selain membuat video, dikembangkan juga video yang telah tersedia di mitra yakni Desa Klatakan dan BUMDes.

Seiring dengan program kerja utama PBPM Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo Tahun 2024 yang lain, yaitu pembuatan *Website* Desa Klatakan dan *Layanan Online* Mandiri, dibuat juga video terkait tutorial penggunaan *Layanan Online* Mandiri yang dapat digunakan oleh masyarakat. Video tersebut juga dapat mempermudah *soft launching website* desa.

Lebih lanjut, dipublikasikan juga program kerja utama, pendukung, serta program kerja tambahan yang dilaksanakan oleh mahasiswa PBPM Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo Tahun 2024. Hal ini dilakukan untuk menginformasikan terkait kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh mahasiswa PBPM Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo. Selain itu, hal ini dilakukan untuk menginspirasi mahasiswa-mahasiswa lain yang sedang dan akan melaksanakan kegiatan PBPM atau yang lebih sering disebut sebagai KKN (Kuliah Kerja Nyata). Seperti yang telah dijelaskan di awal bahwa telah dirumuskan 3 program kerja awal dan 3 program kerja pendukung.

Pengambilan video pertama dilakukan untuk program kerja pendukung yaitu pelatihan Tahjizul Mayit. Dilanjutkan dengan pengambilan video kedua untuk program kerja pendukung yaitu penuntasan buta aksara. Selanjutnya, pengambilan untuk program kerja utama pelatihan *Canva for Education* di sekolah dasar dan program kerja pendukung Desa Berkah (Desa Bersih dan Barokah). Sedangkan, pengambilan video untuk 2 program kerja utama yakni pembuatan *website* desa dan pengembangan *YouTube* desa dilakukan pada saat *soft launching* dilaksanakan.

Lebih lanjut, pengeditan dan *upload* video dilakukan pada waktu yang hampir bersamaan.



Gambar 7. Video di *YouTube* Desa Klatakan

Selain pembuatan video tersebut, dibuat juga video terkait tutorial pengisian *Layanan Online* Mandiri untuk memudahkan desa serta masyarakat untuk menggunakan *Layanan Online* Mandiri. Video tersebut juga memudahkan mahasiswa PBPM Desa Klatakan pada saat melaksanakan *soft launching website* desa.



Gambar 8. *Website* Desa Klatakan

Sebelum pelaksanaan penutupan kegiatan PBPM Desa Klatakan STKIP PGRI Situbondo Tahun 2024, dilaksanakan serangkaian acara. Video serangkaian acara penutupan yang dibungkus dalam kegiatan berbagai lomba untuk siswa/i PAUD hingga Sekolah Dasar. Lalu, diakhiri dengan kegiatan penutupan PBPM Desa Klatakan sekaligus *soft launching website* desa. Semua kegiatan tersebut dibuat videonya dan diunggah pada *YouTube* desa.

Pelaksanaan program kerja ini dilakukan dengan maksimal oleh seluruh mahasiswa PBPM STKIP PGRI Situbondo. Namun, tentu saja pelaksanaan program kerja ini tidak luput dari kendala atau keterbatasan-keterbatasan yang diminimalisir guna kesuksesan program kerja tersebut. Adapun kendala atau keterbatasan utama yang dihadapi yakni peralatan untuk membuat video yang minim, peralatan seperti kamera, *drone*, dan peralatan lainnya untuk mendukung pembuatan video atau pembuatan *cinematography*. Keterbatasan tersebut dapat diminimalisir dengan bantuan dari mitra serta pengeditan video menggunakan aplikasi *Capcut* sehingga dihasilkan *cinematography* yang epik. Selanjutnya, keterbatasan yang lain yakni waktu pelaksanaan PBPM yang singkat yaitu selama 2 bulan dan banyaknya program yang dilaksanakan. Untuk mengatasi keterbatasan ini, disusun kepanitian untuk masing-masing program kerja sehingga mahasiswa dapat fokus pada masing-masing program, serta disusun juga rencana mingguan program kerja agar pelaksanaan program kerja dapat terarah, tepat sasaran, dan tepat waktu. Sedemikian sehingga, program kerja pengembangan *YouTube* Desa Klatakan dilaksanakan dengan maksimal dan mendapatkan hasil yang maksimal pula.

4. Kesimpulan dan Saran

YouTube telah menjadi pusat bagi berbagai bentuk ekspresi dan informasi, memungkinkan individu, organisasi, dan perusahaan untuk menyampaikan pesan mereka kepada penonton secara global. Fitur seperti komentar, *like*, dan *subscribe* memungkinkan interaksi yang luas antara pengguna dan pembuat konten, menciptakan komunitas yang aktif di sekitar dengan berbagai topik. Selain itu, *YouTube* juga menjadi *platform* penting bagi para pembuat konten untuk memublikasikan karya mereka melalui program mitra *YouTube* dan sponsor. Hal ini telah menciptakan industri baru yang dikenal sebagai *YouTuber* atau pembuat konten digital yang dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan dari aktivitas mereka di *platform* ini.

Namun, *YouTube* juga menghadapi tantangan seperti isu privasi, konten yang tidak pantas, dan penyebaran disinformasi. Perusahaan terus berupaya untuk mengatasi masalah-masalah ini melalui kebijakan baru, algoritma yang diperbarui, dan kerja

sama dengan pihak-pihak terkait. Secara keseluruhan, *YouTube* telah menjadi bagian internal dari kehidupan digital modern, memengaruhi budaya populer, politik, dan cara kita mengonsumsi informasi dan hiburan. Dalam konteks promosi desa melalui *YouTube*, dapat disimpulkan bahwa *platform* ini memberikan peluang unik bagi pemasaran dan promosi destinasi pariwisata pedesaan. Melalui video, pemilik desa, pemerintah lokal, atau komunitas dapat secara visual memperlihatkan keindahan, keunikan budaya, dan potensi wisata mereka kepada penonton secara global. *YouTube* juga memungkinkan pembuat konten untuk merancang kampanye promosi yang kreatif dan menarik, termasuk penggunaan *vlog*, dokumenter, atau video promosi resmi. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, desa-desa dapat menarik perhatian wisatawan potensial, investor, dan pendukung proyek pengembangan desa.

Salah satu program kerja utama yang dilaksanakan oleh mahasiswa yang mengikuti Program PBPM STKIP PGRI Situbondo di Desa Klatakan, Kabupaten Situbondo, yakni pengembangan *YouTube* Desa Klatakan yang menghasilkan 12 video yang telah diunggah pada *channel YouTube* Desa Klatakan. Setelah semua video dipublikasikan di *YouTube* desa, diketahui bahwa penayangan video lebih banyak dan sudah ada 19 *subscriber* untuk *channel YouTube* Desa Klatakan, serta ada penonton yang menekan tombol *like* pada beberapa video. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengembangan *YouTube* desa dapat membuat banyak penonton tertarik untuk mengunjungi *channel YouTube* Desa Klatakan dan melakukan aktivitas yang lain. Sedemikian sehingga, pengembangan *YouTube* desa dapat dijadikan media promosi untuk mempromosikan potensi desa, khususnya potensi wisata Desa Klatakan.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa Klatakan dan BUMDes Klatakan yang telah memberikan izin kepada tim program kerja utama pengembangan *YouTube* Desa Klatakan dalam melaksanakan program ini, sehingga program ini berjalan dengan lancar. Selanjutnya, terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah membantu dalam pembuatan artikel ini.

6. Daftar Rujukan

- Abdillah, M. (2023). PENGGUNAAN VIDEO TUTORIAL YOUTUBE KALIBRASI MIKROMETER SEBAGAI INOVASI DALAM MANAJEMEN PEMBELAJARAN INTERAKTIF. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(3), 1–8. <https://doi.org/10.52000/jsi.v3i3.136>.
- Ambarwati, D., & Kurniasih, M. D. (2021).

- Pengaruh Problem Based Learning Berbantuan Media Youtube Terhadap Kemampuan Literasi Numerasi Siswa. *Jurnal Cendekia Jurnal Pendidikan Matematika*, 05(03), 2857–2868. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v5i3.829>.
- Andhika, A. (2019). PENGGUNAAN VIDEO PROMOSI WISATA MELALUI YOUTUBE UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN KE PROVINSI KALIMANTAN SELATAN. *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26-30. <http://dx.doi.org/10.31602/jm.v2i2.3515>.
- Bargandini, A. A. I. S., & Arsawati, N. N. J. (2022). Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.30656/ka.v4i1.3107>.
- Febrian, A. W., & Suresti, Y. (2020). Pengelolaan Wisata Kampung Blekok Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis *Community-based Tourism* Kabupaten Situbondo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 139–148. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i2.25308>.
- Khomariah, D. K. (2018). YouTube Sebagai Media Keterbukaan Ekspresi Dalam Meningkatkan Kreativitas Seni Tari, 269–274.
- Leuwol, F. S., Pd, S., Sc, M., Pd, M., & Pw, C. (n.d.). Memaksimalkan Potensi Youtube sebagai Guru Virtual.
- Mangole, K. D. B., Himpong, M., & Kalesaran, E. R. (2017). Pemanfaatan Youtube dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa. *Jurnal Acta Diurna*, 6(3), 1–15.
- Mastanora, R. (2018). Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini. *AULADA: Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak*, 1(2), 47-57.
- Meranggi, D. A. A. A., Mandira, I M. C., Kusuma, P. S. A. J., & Wijaya, G. C. (2023). Optimalisasi Youtube Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Penatahan, Penebel, Tabanan. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1160–1168. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i2.4587>.
- Mukhriza, N., Fauzi, A., & Yunita, R. (2020). Perancangan Direktori Rumah Tahfidz Berbasis Web di Kota Padang. *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i1a1>.
- Putri, T. K. W., Wicaksono, Y. P., & Yusoh, R. (2022). Efektivitas pembelajaran bahasa Indonesia berbasis media Youtube pada masa pembelajaran online. *CARAKA: Jurnal Ilmiah Kebahasaan, Kesastraan, dan Pembelajarannya*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.30738/caraka.v9i1.13514>.
- Setiawan, A., Supriyono, Setiaji, P., & Handayani, P. K. (2022). Peningkatan Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo Kudus di Masa Pandemi Melalui Media Web dan Youtube. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(2), 328–332. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i2.7066>.
- Setiyani, L., Basir, S. D., Awalludin, D., & Purwani, S. (2023). Analisis Pengaruh Aplikasi Youtube pada Perkembangan Kognitif Balita di Desa Tirtasari Karawang, 6(9), 6722–6728. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2224>.
- Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto. (2019). OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI UNTUK DESA WISATA LEBAKMUNCANG, 3, 19–26. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Wijaya, J. E., & Okta, J. (2021). Pemanfaatan Situs Web Youtube Sebagai Wahana Promosi Dan Sumber Pendapatan Tambahan Bagi Pemerintah Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat FORDICATE*, 1(1), 99–108. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i1.1629>.
- Yanti, F., & Budayawan, K. (2023). Implementasi Steganografi Menggunakan Metode Least Significant Bit (LSB) dalam Pengamanan Informasi pada Citra Digital. *Jurnal Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika*, 11(1), 63–70. <https://doi.org/10.24036/voteteknika.v11i1.121968>.