

Pemanfaatan Musik AI Generatif pada Video Sinematik Promosi Wisata Sumber Maron

Novia Ratnasari^{1✉}, Anisa Hudi Widaningrum², Amalia Agung Septarina³,
Rachmad Imam Tarecha⁴, Kiki Darmawan⁵

^{1, 2} Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat, Indonesia

^{3, 4} Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat, Indonesia

⁵ Teknik Mesin, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat, Indonesia

✉ Corresponding Author : Novia Ratnasari (e-mail: novia.rs.w@gmail.com)



This paper is an open-access paper distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#) (CC-BY)

Informasi artikel

Received : 15-12-2025

Revised : 20-12-2025

Published : 30-12-2025

ABSTRAK

Sumber Maron merupakan destinasi wisata berbasis alam di Kabupaten Malang yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Amanah dengan daya tarik utama berupa aktivitas river tubing. Meskipun memiliki potensi wisata yang tinggi, keterbatasan promosi digital dan lokasi yang relatif jauh dari pusat kota menyebabkan rendahnya jangkauan informasi kepada calon wisatawan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur promosi Sumber Maron melalui produksi video sinematik yang dipadukan dengan musik berbasis AI generatif sebagai pendekatan kreatif dalam digital marketing. Metode pelaksanaan meliputi perancangan konsep visual dan audio, pengambilan gambar di lokasi, pembuatan musik menggunakan teknologi AI generatif, proses penyuntingan video, serta pendampingan mitra dalam pemanfaatan konten promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa video sinematik yang dihasilkan siap dipublikasikan pada berbagai platform media sosial dan memperoleh respons positif dari mitra. Dampak kegiatan ini terlihat pada meningkatnya daya tarik visual destinasi, potensi perluasan jangkauan promosi, serta terbukanya peluang keberlanjutan pengelolaan konten promosi secara mandiri.

Kata kunci: Sumber Maron; Audio Generatif; Desa Wisata.

ABSTRACT

Sumber Maron is a nature-based tourist destination in Malang Regency managed by the village-owned enterprise (BUMDesa) Amanah, with river tubing as its main attraction. Keywords: Sumber Maron potential, limited digital promotion and its distance from the city center have reduced its exposure to a wider audience. This community service program aims to enhance the promotional reach of Sumber Maron through the production of a cinematic video integrated with AI-generated music as a creative digital marketing strategy. The method consisted of visual and audio concept development, on-site video recording, AI-based music generation, video editing, and mentoring for partners in utilizing digital promotional content. The results show that the produced cinematic video is ready for distribution across various social media platforms and received positive feedback from local stakeholders. The program contributed to improving the visual appeal of the destination, expanding its promotional potential, and strengthening the partner's capacity to manage digital content independently. These outcomes indicate the sustainability of creative technology adoption in village tourism promotion.

Keywords: Sumber Maron; Generative AI Music; Cinematic Video; Digital Marketing; Village Tourism.

1. PENDAHULUAN

Sumber Maron merupakan salah satu destinasi tujuan wisata (DTW) berbasis alam yang terletak di Kabupaten Malang dan dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Amanah (Nafi et al., 2020). Destinasi ini memiliki daya tarik utama berupa wisata air dengan aliran yang jernih, latar persawahan, serta keberadaan air terjun mini. Fasilitas pendukung yang tersedia meliputi wahana river tubing, pusat kuliner, area parkir, toilet, serta layanan penyewaan perlengkapan wisata (Lutfi, 2022). Meskipun memiliki potensi wisata yang tinggi, lokasi Sumber Maron yang berjarak sekitar 25 km dari pusat Kota Malang menjadi tantangan tersendiri dalam menjangkau wisatawan secara luas (Murni et al., 2019). Permasalahan utama yang dihadapi mitra saat ini adalah keterbatasan dalam pengelolaan promosi digital, baik dari segi sumber daya manusia (SDM) maupun pemanfaatan teknologi kreatif (Raharjana et al., 2020). Promosi masih didominasi oleh metode konvensional dan belum memanfaatkan konten visual berkualitas tinggi yang mampu menarik perhatian audiens di platform digital (Purwady, 2024). Padahal, tren promosi pariwisata saat ini menunjukkan pergeseran ke arah penggunaan konten audiovisual sinematik sebagai strategi utama dalam menarik minat wisatawan.

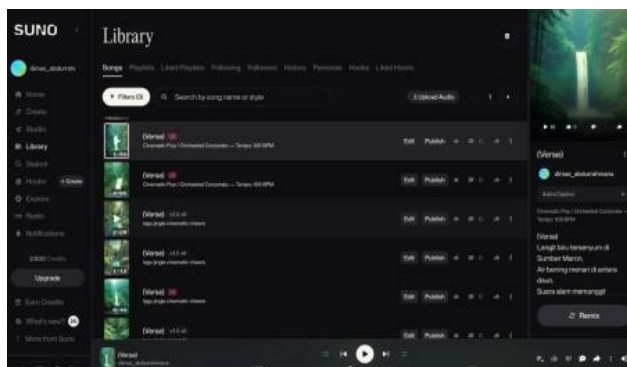
Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya umumnya berfokus pada pelatihan media sosial, pembuatan brosur digital, atau pengelolaan website desa wisata (Maron & Karangsuiko, 2020). Namun, pendekatan berbasis produksi konten sinematik yang dipadukan dengan teknologi AI generatif, khususnya pada aspek musik, masih relatif jarang diterapkan. Hal ini membuka peluang untuk menghadirkan inovasi dalam strategi promosi desa wisata yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki nilai estetika dan emosional yang lebih kuat. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian Universitas Islam Raden Rahmat (Unira Malang) merancang program pembuatan video sinematik sebagai media promosi digital bagi destinasi wisata Sumber Maron. Inovasi utama dalam program ini terletak pada pemanfaatan teknologi AI generatif (Schumacher & Labounty, 2023) untuk menghasilkan musik latar yang kemudian dipadukan dengan visual sinematik. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas konten promosi sekaligus menjadi solusi teknologi tepat guna yang mudah diadopsi oleh mitra. Dengan demikian, program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola konten digital secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan penerapan teknologi tepat guna, khususnya pemanfaatan kecerdasan buatan generatif untuk mendukung produksi konten promosi digital (Muawwal et al., 2024). Teknologi AI generatif (Tambe et al., 2024) dimanfaatkan untuk menghasilkan musik latar yang kemudian dipadukan dengan visual sinematik sebagai media promosi destinasi wisata Sumber Maron. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 12 Agustus 2025 di Desa Karangsuiko, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang, sebagai bagian dari rangkaian program Fakultas Semarak Mengabdikan Universitas Islam Raden Rahmat Malang. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan mitra, khususnya dalam aspek promosi digital.



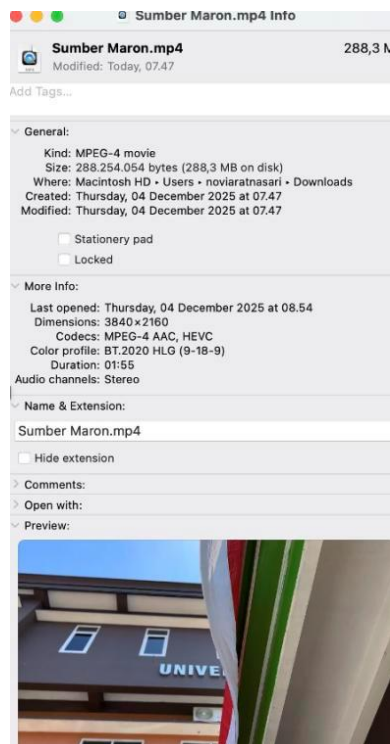
Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Fakultas Semarak Mengabdi



Gambar 2. Tampilan Suno AI



Gambar 3. Proses Kompilasi Video Tayangan dan Penyesuaian Musik Latar Belakang



Gambar 4. Hasil Ekspor Video Promosi Sumber Maron

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan mitra, diskusi awal terkait konsep promosi, serta perancangan ide visual dan audio melakukan survei lokasi untuk menentukan titik pengambilan gambar yang representatif, menyusun alur cerita (storyboard)(Wiratna et al., 2017), serta menyiapkan peralatan perekaman. Selain itu, tim mempersiapkan prompt dan konsep lirik yang merepresentasikan karakteristik wisata Sumber Maron secara persuasif(Shin, 2025a).

Tahap Pelaksanaan

Gambar 1 menggambarkan proses pada tahapan pelaksanaan meliputi proses pengambilan gambar di kawasan wisata Sumber Maron, pembuatan musik latar menggunakan teknologi AI generatif melalui platform Suno AI(Pm & Km, 2025), serta penyusunan lirik yang disesuaikan dengan konteks promosi destinasi. Pada gambar 2 menyajikan proses Musik AI, dimana Musik yang dihasilkan diekspor dalam format audio untuk kemudian diintegrasikan ke dalam perangkat lunak pengeditan video. Pada Gambar 3 menyajikan proses editing dimana potongan-potongan video dikompilasi dan disesuaikan dengan ritme musik serta lirik, sehingga tercipta harmoni antara elemen visual dan audio. Proses ini menghasilkan video sinematik promosi berdurasi 1 menit 56 detik yang memuat pesan persuasif untuk mengunjungi Sumber Maron yang dapat dilihat pada gambar 4.

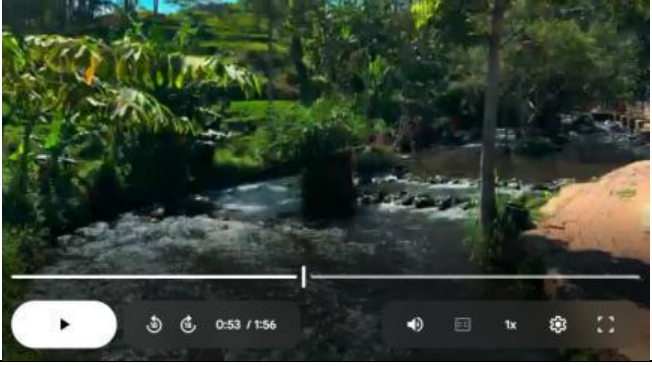
Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui peninjauan kualitas visual dan audio video, serta diskusi bersama mitra mengenai kesesuaian konten dengan kebutuhan promosi (Sumekar, 2024). Umpan balik mitra digunakan untuk menilai efektivitas video sebagai media promosi digital. Selain itu, evaluasi juga mencakup kesiapan mitra dalam memanfaatkan konten tersebut secara mandiri pada platform media sosial dan kanal promosi lainnya. Luaran utama dari kegiatan ini berupa produk video sinematik promosi yang dihasilkan melalui penerapan teknologi tepat guna. Video ini diharapkan dapat menjadi media promosi berkelanjutan yang mendukung peningkatan daya tarik dan jangkauan destinasi wisata Sumber Maron.

3. HASIL KEGIATAN

Luaran dari pengabdian masyarakat oleh tim Unira Malang ini berupa video sinematik untuk mempromosikan destinasi tujuan wisata Sumber Maron. Video sinematik berdurasi 1 menit 56 detik berisikan konten persuasive untuk mengunjungi destinasi tujuan wisata Sumber Maron. Video sinematik dibuat dengan memanfaatkan teknologi tepat guna AI Generatif SUNO (Shin, 2025b) untuk menghasilkan musik latar belakang yang sesuai dengan video tayangan. Adapun detail hasil video tayangan seperti pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Video Sinematik untuk Destinasi Tujuan Wisata Sumber Maron

Waktu	Video Tayangan	Lirik Lagu
00:22 – 00:25		Langit biru tersenyum di Sumber Maron
00:26 – 00:34		Air bening menari di antara daun
00:35 – 00:45		Suara alam memanggil perlahan, ayo datang rasakan kedamaian!
00:46 – 01:10		Sumber Maron, indah alami, sejuk segar, bermain air, tertawa bersama, pesona alam, milik kita semua.

01:11 – 01:32		Cintai bumi, cintai negeri, mulai dari Sumber Maron.
---------------	--	--

*Sumber : (Tuliskan jika terdapat sumber yang ingin dicantumkan) (Cambria, 9pt)

Detail sinkronisasi antara visual dan lirik lagu pada video sinematik disajikan pada Tabel 1. Tabel ini menunjukkan bahwa setiap segmen video disesuaikan dengan pesan persuasif dalam lirik, sehingga membentuk narasi visual yang koheren dan mudah dipahami audiens.

Pada segmen awal (00:22–00:25), lirik “Langit biru tersenyum di Sumber Maron” disertai visual langit cerah dan papan penunjuk lokasi. Kombinasi ini bertujuan membangun kesan pertama yang positif dan menekankan suasana cerah sebagai simbol kenyamanan destinasi. Selanjutnya, pada menit 00:26–00:34, lirik “Air bening menari di antara daun” dipadukan dengan visual bawah air yang jernih dan ikan-ikan yang berenang di antara bayangan pepohonan. Bagian ini menekankan daya tarik utama Sumber Maron, yaitu kejernihan air dan suasana alami. Pada segmen 00:35–00:45, lirik “Suara alam memanggil perlahan, ayo datang rasakan kedamaian” disertai visual pengunjung yang menikmati air, sehingga membangun asosiasi antara pengalaman visual dan ajakan emosional. Sementara itu, pada menit 00:46–01:10, lirik “Sumber Maron, indah alami, sejuk segar, bermain air, tertawa bersama, pesona alam, milik kita semua” diperkuat dengan tayangan bentang alam yang luas, air jernih, dan pepohonan hijau. Segmen ini menampilkan Sumber Maron sebagai ruang rekreasi keluarga yang inklusif. Pada bagian akhir (01:11–01:32), visual air terjun mini dipadukan dengan lirik “Cintai bumi, cintai negeri, mulai dari Sumber Maron,” yang menekankan pesan ekowisata dan kepedulian terhadap lingkungan.

Dari sisi dampak, mitra memberikan respons positif terhadap kualitas visual dan musik latar yang dihasilkan. Mitra menilai bahwa video ini lebih menarik dibandingkan konten promosi sebelumnya karena mampu menyampaikan suasana alam secara emosional dan tidak hanya informatif. Beberapa pengunjung yang ditunjukkan cuplikan video ini juga menyatakan bahwa visual dan musiknya menimbulkan rasa ingin berkunjung. Umpan balik ini menunjukkan bahwa konten sinematik dengan musik AI (Deshmukh et al., 2024) generatif memiliki potensi besar sebagai media promosi digital yang efektif. Dibandingkan dengan video promosi wisata konvensional, keunggulan utama video ini terletak pada integrasi visual sinematik dengan musik persuasif berbasis AI. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat daya tarik estetika, tetapi juga membangun keterikatan emosional audiens (Wisnawa, 2024). Dengan demikian, video ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang mampu memengaruhi minat kunjungan wisatawan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Tim pengabdian Unira Malang berhasil menerapkan teknologi tepat guna berupa AI Generatif untuk menunjang musik latar belakang untuk kebutuhan video tayangan

sinematik profil destinasi tujuan wisata Sumber Maron. Pemanfaatan teknologi tepat guna seperti penggunaan Suno AI dapat menunjang pembuatan video sinematik dengan kapabilitasnya untuk membuat musik secara generatif. Keunggulannya, teknologi ini lirik lagunya dapat disesuaikan sesuka hati, bahkan genre musiknya juga. Teknologi tepat guna AI Generatif berhasil menunjang pembuatan video sinematik untuk mempromosikan destinasi tujuan wisata Sumber Maron di platform digital. Pemanfaatan teknologi tepat guna AI Generatif untuk menghasilkan musik ini dapat diperluas penggunaannya untuk membuat jingle Sumber Maron. Selain itu juga dapat digunakan untuk membuat musik-musik yang dapat diputar di sekitar area Sumber Maron. Namun perlu diketahui, alat pembuat musik generatif ini memiliki batasan hak penggunaan, khususnya untuk tujuan komersil perlu mengeluarkan biaya langganan agar mendapatkan lisensi komersil. Kedepanya peneliti atau pengabdian masyarakat lainnya dapat mengembangkan model AI music generatif yang terjangkau untuk masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak yang berkontribusi, khususnya bagi keluarga besar pengelola destinasi tujuan wisata Sumber Maron. Tanpa dukungan mereka, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak mungkin berjalan dengan lancar. Selain itu juga kami berterima kasih kepada LPPM Unira Malang yang telah memberikan kesempatan pada kami untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam rangkaian kegiatan Fakultas Semarak Menngabdi.

REFERENSI

- Deshmukh, S., Alharthi, D., Elizalde, B. M., Gamper, H. A., Al Ismail, M., Singh, R., Raj, B., & Wang, H. (2024). PAM: Prompting Audio-Language Models for Audio Quality Assessment. *Proceedings of the Annual Conference of the International Speech Communication Association, INTERSPEECH*, 3320–3324. <https://doi.org/10.21437/Interspeech.2024-325>
- Lutfi, M. (2022). *KONTRIBUSI PENGEMBANGAN WISATA SUMBER MARON TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA KARANGSUKE KECAMATAN PAGELARAN KABUPATEN MALANG*. UNIVERSITAS ISLAM MALANG FAKULTAS.
- Maron, S., & Karangsuco, D. (2020). PENDIDIKAN EKOWISATA PADA MASYARAKAT SEKITAR WISATA SUMBER MARON DESA KARANGSUKE. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(2), 151–164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n2.p151-164>
- Muawwal, A., Renny, Ilham, B. U., & Hasniati. (2024). Penggunaan Teknologi AI dan Strategi Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan Penjualan Usaha Kecil Menengah di Wilayah Sulawesi Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.35329/jurnal.v4i1>
- Murni, E., Sari, Y. I., & Hamdani, A. F. (2019). Analisis Pengembangan Wisata Sumber Maron Berbasis Masyarakat di Desa Karangsuco Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang Ernimulia. *Pendidikan Dan Pembelajaran Bagi Guru Dan Dosen*, 3.
- Nafi, Z., Thalita, D., Ayu, L., Arvin, R., & Kurniawan, P. (2020). *BERBASIS KOMUNITAS (Studi Kasus Wisata Sumber Maron Desa Karangsuco Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang)*. 2(1), 68–76.

- Pm, S., & Km, M. S. (2025). *Suno AI : Advancing AI-Generated Music with Deep Learning*.
- Purwady, A. . (2024). SOSIALISASI BRANDING BUDAYA LOKAL SEBAGAI LANGKAH PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI WISATA AIR SUMBER MARON. *ELITMAS: Jurnal Edukasi Literasi Masyarakat V*, 1(1), 1–6.
- Raharjana, D. T., Shri, H., Putra, A., Yoga, A., Pariwisata, S., & Budaya, I. (2020). Penguatan SDM dalam e Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*.
- Schumacher, D., & Labounty, F. (2023). Enhancing BARK Text-to-Speech Model: Addressing Limitations through Meta's Encodec and Pretrained HuBert. *Ssrn* 4443815, May. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16022.93760>
- Shin, G. (2025a). Prompt Engineering for AI Music Creation Learning: Application and Analysis Using SUNO AI. *Korean Journal of Research in Music Education*, 54(3), 95–112. <https://doi.org/10.30775/KMES.54.3.95>
- Shin, G. (2025b). Prompt Engineering for AI Music Creation Learning: Application and Analysis Using SUNO AI. *Korean Journal of Research in Music Education*, 54(3), 95–112. <https://doi.org/10.30775/KMES.54.3.95>
- Sumekar, T. (2024). JINAWI: PRODUKSI SINEMATIK VIDEO DOKUMENTER SEBAGAI UPAYA PROMOSI POTENSI DESA GONDANGSARI. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Dengan Tema "Pengembangan Energi Baru Dan Terbarukan Untuk Lingkungan Berkelanjutan" - Diseminasi Pengabdian*, 389–397.
- Tambe, V., Cholke, A., Chavan, P., Mane, V., Pathak, R., Mundhe, S., & Vidhale, S. (2024). Suno.G: A Comprehensive Assistive Communication Framework for the Specially Abled. *2024 International Conference on Signal Processing, Computation, Electronics, Power and Telecommunication (IConSCEPT)*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/IConSCEPT61884.2024.10627852>
- Wiratna, H., Desain, D., Indutri, P., Teknik, F., & Teknologi, I. (2017). *Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik*. 6(2).
- Wisnawa, I. M. B. (2024). ERA BARU LOYALITAS WISATA: MENGGABUNGKAN DIGITALISASI DAN AUTENTISITAS DALAM PEMASARAN DESTINASI. *Journal of Tourism and Interdisciplinary*, 4(1), 1–16.