

Pelatihan Pembuatan Video sebagai Media Promosi Dusun

Nur Amala Saputri

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Widya Mataram

Korespondensi: amalasaputri2@gmail.com

Abstract

One of the most accessible options for the public to build a digital ecosystem is to use social media in communication and socializing practices. This community service activity basically aims to provide training on making village promotional videos for youth groups in Dusun Demen, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta, aged 16-20 years. Involving young people as participants in this video training activity is an urgency that is expected to represent Gen Z as active users of the YouTube networking media. The result of this activity is to make young people understand more about the function of social networking media, especially Youtube as a promotional medium. Almost all of the participants became more knowledgeable about procedures and implementing the basic techniques of making videos. They also gain experience and skills on how to direct a video production process. So, it is hoped that in the future young people will be more skilled and more skilled in creating videos that are published on the YouTube channel, especially in an effort to promote the village.

Keywords: *training; video making; YouTube; youth groups; promotion*

Abstrak

Salah satu opsi yang paling mudah dijangkau oleh masyarakat untuk membangun ekosistem digital adalah dengan menggunakan media jejaring sosial dalam praktik komunikasi dan bersosialisasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pada dasarnya bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan video promosi desa bagi pemuda-pemudi Dusun Demen, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta yang berusia 16—20 tahun. Pelibatan pemuda-pemudi sebagai peserta kegiatan pelatihan video ini menjadi urgensi yang diharapkan dapat mewakili generasi Z sebagai pengguna aktif media jejaring YouTube. Hasil kegiatan ini adalah membuat pemuda-pemudi menjadi lebih paham tentang fungsi media jejaring sosial, terutama YouTube, sebagai media promosi. Hampir semua peserta menjadi lebih paham tentang tata cara dan mengimplementasikan teknis dasar pembuatan video. Mereka juga mendapatkan pengalaman dan keterampilan tentang bagaimana menjadi sutradara proses produksi video. Dengan demikian, diharapkan selanjutnya para pemuda-pemudi dapat lebih terampil dan lebih ahli dalam menciptakan video-video yang dipublikasikan di kanal YouTube, khususnya dalam upaya sebagai promosi desa.

Kata kunci: *pelatihan; pembuatan video; YouTube; pemuda-Pemudi; promosi*

Pendahuluan

Selaras dengan program Indonesia Digital yang kerap didiseminasikan oleh Kominfo sejak tahun 2020, kepakaran masyarakat dalam penggunaan media digital pun seolah menjadi keharusan sebagai modal intelektual individual dalam bersosialisasi. Namun, visi ini jelas akan menjadi kandas jika tidak diimbangi dengan upaya membangun

pemahaman digital sebagai dasar perwujudan ekosistem digital yang harmonis (Berwick, 2020). Salah satu opsi yang paling mudah dijangkau oleh masyarakat untuk membangun ekosistem digital adalah dengan menggunakan media jejaring sosial dalam praktik komunikasi dan bersosialisasi. Media jejaring sosial memiliki banyak fitur canggih yang dapat mendukung pengguna untuk menyebarluaskan kontennya secara cepat dan efektif (Andhika, 2020). Hal ini tentunya dapat memunculkan banyak peluang dalam melakukan promosi diri secara murah dan cepat. Salah satu jenisnya adalah melalui konten video yang diunggah dalam platform YouTube. Survei yang pernah dilakukan oleh GlobalWebIndex tahun 2020 menunjukkan bahwa sebanyak 85% responden yang menggunakan YouTube adalah generasi X dan Z. Angka ini menempati posisi tertinggi jika dibandingkan dengan jenis media jejaring sosial lainnya, seperti Facebook (77%), WhatsApp (61%), Instagram (57%), dan Twitter (48%) (Lidwina, 2020).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pada dasarnya bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan video promosi desa bagi pemuda-pemudi Dusun Demen, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Pelibatan pemuda-pemudi sebagai peserta kegiatan pelatihan video ini menjadi urgensi yang diharapkan dapat mewakili generasi Z sebagai pengguna aktif media jejaring YouTube. Sementara itu, Dusun Demen memiliki kebutuhan faktual untuk mempromosikan segala potensi wisata dan seni kepada masyarakat luas. Terdapat dua kafetaria dan restoran tradisional khas Dusun Demen yang dikelola secara kolektif oleh masyarakat. Selain itu, terdapat sekitar tiga kegiatan adat yang rutin dilakukan oleh masyarakat setiap tahunnya. Kegiatan rutin tersebut secara unik dibuka untuk umum, tidak hanya untuk masyarakat Dusun Demen sehingga biasanya selalu ramai dan berjalan meriah. Dengan adanya realitas tersebut, penulis merasa penting untuk melakukan kegiatan pelatihan pembuatan video bagi masyarakat Dusun Demen, khususnya kalangan pemuda-pemudi agar dapat berfungsi untuk menciptakan produk dokumentasi berbentuk video yang sekaligus digunakan sebagai promosi desa.

Pendekatan Program

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada kelompok Karang Taruna pemuda dan pemudi Dusun Demen, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pelatihan pembuatan konten video sebagai promosi dusun. Pengabdian ini memiliki target capaian sebagai berikut.

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemuda-pemudi dalam membuat konten video promosi dusun menggunakan media digital.
2. Peningkatan kesadaran dan pemahaman pemuda-pemudi sebagai agen perubahan untuk menciptakan kesadaran bermedia dalam masyarakat.

Manfaat dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman (sebagai *softskill*) dan meningkatkan keterampilan (sebagai *hardskill*) dalam pembuatan konten video dusun bagi kelompok Karang Taruna Dusun Demen. Lebih lanjut, kegiatan ini juga makin meningkatkan kesadaran *branding* sebagai bentuk eksistensi kelompok dalam era disrupsi digital. Tim pengabdian merumuskan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan, yakni dalam tabel berikut.

Tabel 1. Pemetaan Program dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Dusun Demen

Unit	Elemen	Kegiatan
Wilayah dan Sumber Daya	Dusun Demen, Pakembinangun, Pakem, Sleman terletak di jalur wisata Kaliurang, tepatnya termasuk dalam area pengunungan lereng Merapi. Memiliki banyak area terasering sawah dan dilalui oleh jalur sungai. Merupakan salah satu dusun yang masih aktif dalam melestarikan kebudayaan adat dan daerah.	Melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan menerapkan pola rekrutmen peserta dalam pengabdian masyarakat: mengumpulkan pemuda dan pemudi Dusun Demen. Melakukan diskusi untuk memetakan potensi nilai Dusun Demen dan mengerucutkan terkait permasalahan promosi dusun.
Kondisi Sosial dan Ekonomi	Mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani dan wirausaha. Potensi hasil tani dan hasil usaha menjadi nilai jual utama Dusun Demen.	Edukasi sebagai agen promosi dusun. Pelatihan merancang konten video sebagai promosi dusun.
Organisasi dan Manajemen	Sudah memiliki kelompok Karang Taruna yang terdiri atas pemuda-pemudi sebagai pengelola utama kekayaan sumber daya dusun.	Pendampingan produksi hingga publikasi konten video sebagai promosi dusun terhadap kelompok Karang Taruna Dusun Demen.

Sumber: Instrumen Pengabdian, 2024.

Tabel 2. Agenda Program dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Dusun Demen

No.	Kegiatan	Tanggal							
		8-12	13	14	15	16	17	18	19
1.	Pembuatan proposal	V							
2.	Izin lokasi pengabdian		V						
3.	Observasi lokasi			V					
4.	Pelaksanaan diskusi bersama pemangku dusun				V				
5.	Edukasi sebagai agen promosi dusun					V			
6.	Pelatihan merancang konten video sebagai promosi dusun					V			
7.	Persiapan produksi konten						V		
8.	Produksi dan <i>editing</i> konten							V	
9.	Publikasi konten								V
10.	Evaluasi kegiatan								V

Sumber: Instrumen Pengabdian, 2024.

Pada dasarnya, kegiatan pengabdian ini menggunakan dua pendekatan utama, salah satunya adalah *capacity building* yang diimplementasikan dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan (Hapsari & Nani, 2021). Selain itu, kegiatan ini juga menggunakan pendekatan

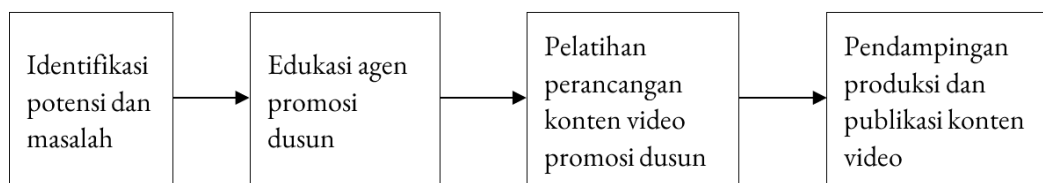
pendampingan yang diimplementasikan dalam kegiatan produksi dan publikasi konten video di kanal YouTube (Astuti & Nurdin, 2022). Selanjutnya, untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian juga membuat agenda kegiatan seperti pada Tabel 2.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilangsungkan selama satu minggu dan dimulai dari 13—19 Desember 2022. Lokasi kegiatan ini adalah di Dusun Demen, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Tahapan kegiatan dimulai dengan pembuatan proposal pengabdian kepada masyarakat. Tahap selanjutnya adalah mengurus perizinan di daerah pengabdian. Selanjutnya, observasi kondisi dari penggunaan media digital yang ada di daerah pengabdian sehingga diperoleh *mapping* yang tepat pada daerah pengabdian. Kemudian, melaksanakan program-program kegiatan pengabdian. Terakhir, melakukan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat.

Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan beberapa tahapan untuk mengimplementasikan pendekatan pengabdian yang sudah direncanakan sebelumnya. Pertama, tim pengabdian menerapkan pola rekrutmen peserta dengan mengumpulkan pemuda dan pemudi di daerah tempat pengabdian. Pemuda-pemudi yang dimaksudkan terutama berusia 16—24 tahun. Jumlah pemuda-pemudi tersebut sekitar 20 orang dan dipilih dengan cara meminta pertimbangan dari para pemangku wilayah dengan berdasar pula dari analisis kondisi keluarga yang ada. Kedua, tim pengabdian menerapkan metode ceramah dan simulasi perihal media digital, konsep promosi, tahapan produksi konten video, serta melakukan pendampingan praktik secara langsung.

Terdapat empat rangkaian program utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yakni diskusi untuk mengidentifikasi potensi dan masalah dusun, edukasi agen promosi dusun, pelatihan perancangan konten video promosi dusun, dan pendampingan produksi hingga publikasi video. Untuk mempermudah pemikiran, penulis menyusun skema berikut sebagai alur pelaksanaan program kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Alur pelaksanaan program utama. Sumber: Instrumen Pengabdian, 2024.

Identifikasi Potensi & Masalah

Demen merupakan salah satu dusun tertua di Kecamatan Pakem. Setelah adanya pembagian wilayah kelurahan, Demen dipisah menjadi dua bagian dusun kecil, yaitu Dusun Padasan dan Dusun Demen. Karena memiliki sejarah yang cukup panjang, Dusun Demen juga memiliki dominasi kuat dalam tatanan sistem sosialnya. Terdapat dominasi kelompok masyarakat tua yang terdiri atas kelompok bapak-bapak dan ibu-ibu dalam proses pengelolaan sumber daya alam dusunnya sehingga mayoritas masyarakatnya



Gambar 2. Kegiatan Slametan & Tahlilan. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.



Gambar 3. Arakan gunung slametan Sadranan. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.



Gambar 4. Pemandangan sawah sore hari di Dusun Demen. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

masih memiliki pola pikir konvensional. Padahal, jika melihat kondisi geografisnya, lokasi Dusun Demen sangat strategis untuk disinggahi wisata asing yang hendak menuju pusat lokasi wisata besar, seperti Kaliurang dan Gunung Merapi.

Hasil diskusi dengan para pemangku daerah yang dilakukan oleh tim pengabdian pada Desember 2022 menunjukkan bahwa secara geografis, Dusun Demen juga menjadi area deretan pusat Kepanewon Pakembinangun, yakni strategis sederet dengan Pasar Pakem, Rumah Sakit Grhasia, Puskesmas Pakem, SMP 1 Pakem, SMA 1 Pakem, Samsat Pakem, dan Gedung Kepanewon Pakembinangun. Dusun ini juga terletak di Jalan Kaliurang Km 17,5 sehingga memiliki akses yang mudah sebagai area yang dilintasi keramaian.

Temuan lain yang menjadi kekuatan dan peluang Dusun Demen adalah adanya sumber daya alam yang melimpah. Mayoritas masyarakatnya yang berprofesi sebagai petani juga berkontribusi dalam menyumbang keindahan pemandangan alam yang dimiliki Dusun Demen. Dusun Demen juga memiliki dua UMKM yang diinisiasi oleh masyarakat setempat sebagai tempat usaha bisnis, yakni Erista Garden dan Kopi Sawah. Kegiatan UMKM tersebut termasuk bidang usaha yang berfokus pada restoran dan bisnis tanaman hias.

Dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah ini, Dusun Demen memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan untuk menghidupi masyarakatnya. Terdapat benang merah yang dapat ditarik sebagai kekuatan, yakni menjadi dusun yang memiliki latar belakang sejarah yang kuat. Hal ini didukung dengan adanya kegiatan adat rutin yang dilakukan oleh warga setiap tahunnya. Salah satunya adalah adat Syukuran dan



Gambar 5. Pemandangan sawah siang hari di Dusun Demen.
Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.



Gambar 6. Erista garden. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

Sadranan. Selanjutnya, Dusun Demen memiliki lokasi strategis yang dapat dikembangkan sebagai tempat alternatif wisata alam dan kuliner daerah yang didukung dengan adanya UMKM warga. Dengan kekuatan yang dimiliki, dapat dikembangkan lebih lanjut upaya untuk mempromosikan kepada publik luas agar eksistensinya makin dikenal dan berkembang.

Edukasi Agen Promosi Dusun

Kegiatan edukasi dan pelatihan sebagai agen promosi dusun ini dihadiri oleh sekitar 20 peserta. Para peserta tersebut terdiri atas kelompok remaja usia 16—24 tahun dan mayoritas berprofesi sebagai pelajar sekolah menengah atas dan mahasiswa. Sebagai awalan, penceramah memberikan beberapa gambar presentasi yang ditayangkan melalui proyektor. Materi yang disampaikan adalah pengenalan jenis-jenis media jejaring sosial, penjelasan fungsi-fungsinya, dan secara spesifik juga menjelaskan platform YouTube sebagai media promosi. Selama ceramah berlangsung, para peserta menunjukkan antusiasme dan respons yang cukup baik. Hal ini karena mereka baru pertama kali mengikuti kegiatan edukasi media digital dan pelatihan pembuatan video promosi. Para peserta secara aktif bertanya kepada penceramah dan fasilitator tentang bagaimana memaksimalkan penggunaan platform YouTube sebagai media komunikasi yang baik.

Usai pemberian materi yang dilakukan oleh penceramah, para peserta diberi kesempatan untuk melakukan diskusi secara berkelompok dan dipandu oleh fasilitator. Dalam sesi diskusi, para peserta cukup aktif untuk memberikan opini mereka terhadap fenomena media digital, contohnya membahas etika penggunaan musik latar gratis yang diizinkan oleh YouTube. Pada dasarnya, musik latar berfungsi untuk meningkatkan nilai estetika dan suasana dalam sebuah konten YouTube. Akan tetapi, terdapat beberapa kode etik yang harus ditaati oleh para kreator konten YouTube saat menggunakan musik latar dalam kontennya (Lestarini & Putra, 2019).

Menurut penjelasan laman resmi YouTube, aturan pertama hak cipta adalah sebagai berikut:

“Kreator hanya boleh mengupload video miliknya sendiri atau video orang lain yang izin penggunaannya mereka miliki. Hal itu berarti mereka tidak boleh mengupload video yang bukan karyanya, atau menggunakan konten berhak cipta milik orang lain, seperti trek musik, cuplikan program berhak cipta, atau video buatan pengguna lain, dalam videonya tanpa memperoleh izin yang diperlukan.” (YouTube, 2024).



Gambar 7. Materi Sosialisasi Tim Pengabdian. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.



Gambar 8. Fasilitator memberikan materi.
Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

Perihal ini juga ditegaskan oleh Rahmanda & Benuf dalam riset sebelumnya bahwa lagu atau musik merupakan karya yang dilindungi sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 tahun 2014. Lebih lanjut, penggunaan lagu atau musik milik orang lain dalam konten kita harus mencantumkan nama pemilik asli dan melakukan perizinan secara formal. Aturan ini diberlakukan untuk meminimalisasi komersialisasi karya milik orang lain, terutama lagu dan musik secara ilegal (Rahmanda & Benuf, 2021). Sementara itu, hak cipta merupakan suatu hak yang diperoleh oleh kreator dan karyanya berdasarkan asas deklaratif yang diwujudkan dalam bentuk nyata melalui pengakuan formal secara legal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hak kepemilikan dan penggunaan karya ataupun ciptaan hanya dimiliki oleh kreatornya (pemegangnya) sehingga pihak lain tidak memiliki hak untuk menggunakan karya ataupun ciptaan tersebut tanpa izin (Destyarini et al., 2022).

Untuk menjawab permasalahan yang ditanyakan oleh salah satu peserta tersebut, fasilitator mencoba memberikan pemahaman mengenai etika yang baik saat menggunakan musik atau lagu dalam konten YouTube Dusun Demen. Fasilitator berusaha mengedukasi peserta tentang undang-undang hak cipta karya serta memberikan contoh sederhana dalam melakukan pengajuan permohonan hak cipta kepada lembaga formal yang diakui oleh negara. Upaya ini diharapkan dapat memberikan sebuah kesadaran akan kepemilikan dan legalitas suatu karya atau ciptaan yang dipublikasikan untuk umum bagi pemuda-pemudi Dusun Demen.

Pelatihan Perancangan Konten Video Promosi

Setelah menyelesaikan sesi ceramah dan diskusi, tim pengabdian melaksanakan program acara ketiga, yakni pelatihan perancangan konten video. Acara ini dilakukan setelah program kedua selesai pada hari yang sama. Dalam program ini, fasilitator memberikan penjelasan berupa tutorial tentang praktik produksi video kepada para peserta. Fasilitator menyiapkan kamera DSLR, kamera *smartphone*, dan tripod, kemudian menjelaskan fungsi dan cara kerja alat-alat tersebut. Dalam sesi ini, fasilitator membagi peserta menjadi dua kelompok. Kemudian, setiap kelompok dipandu secara langsung untuk mempraktikkan cara kerja kamera dan mengaplikasikan teknik perekaman video.



Gambar 9. Penceramah menjelaskan cara kerja kamera dan pengambilan gambar. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

Dalam kegiatan simulasi pelatihan video ini, peserta diminta untuk membuat sebuah rancangan film dokumenter pendek yang ditujukan sebagai promosi kegiatan adat *Sadranan* desa. Para peserta diajari untuk membuat konsep ide dan naskah film sederhana. Kemudian, mereka diminta untuk merumuskan *talent* yang berperan sebagai aktor yang berperan dalam film dokumenter tersebut. Para peserta juga diminta untuk menyusun daftar *wardrobe* dan alat-alat lain yang harus dipersiapkan dalam pembuatan film tersebut. Pembuatan perancangan film sederhana ini kemudian akan dilakukan pada hari berikutnya. Tahapan ini disebut sebagai tahapan praproduksi atau persiapan yang harus dilakukan oleh pemuda-pemudi Demen sebelum melakukan kegiatan syuting atau pengambilan video.

Tahapan praproduksi merupakan proses perencanaan yang harus dilakukan untuk membangun fondasi awal dalam desain produksi video. Tahapan ini sangat penting dilakukan sebab berfungsi untuk mematangkan konsep, ide, dan model komunikasi serta koordinasi pemuda-pemudi Demen saat melakukan syuting atau pengambilan gambar. Tahapan perencanaan adalah mengerucutkan tujuan dan maksud video yang akan diproduksi agar tujuan tersebut berhasil tersampaikan kepada penontonnya (Suhadi & Dahar, 2024). Penyusunan perencanaan yang matang tentunya dapat meminimalisasi kemungkinan terjadinya konflik ataupun kecelakaan saat melakukan syuting dan perekaman video.

Melihat fenomena media jejaring sosial yang perlahan bertransformasi menjadi media populer di Indonesia (Castells, 2011), penulis merasa bahwa kebutuhan konten video promosi dusun menjadi sebuah hal yang urgen untuk membangun citra dusun tersebut. Oleh karena itu, penulis bersama dengan tim pengabdian merancang sebuah pelatihan pembuatan video sederhana bagi pemuda-pemudi Demen. Upaya ini bertujuan untuk meminimalisasi persepsi pemuda-pemudi Demen tentang produksi video yang rumit dan mahal. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat membangun keterampilan pemuda-pemudi Demen dalam memproduksi konten video YouTube.

Untuk mewujudkan tujuan tersebut, tim pengabdian menggunakan pola partisipatif dengan melibatkan peserta secara langsung dalam proses produksi video. Implementasinya adalah melalui pembagian peran atau tugas serta penanggung jawab kegiatan produksi video, seperti sutradara, kameramen, editor, aktor dan aktris, penulis naskah, serta



Gambar 10. Pemuda-pemuda Dusun Demen berkumpul untuk koordinasi mempersiapkan wardrobe dan talent. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

admin YouTube yang dilakukan secara sukarela dan terbuka. Metode ini dapat memunculkan potensi meningkatnya perhatian dari pemangku dusun dan kelompok-kelompok dominan Dusun Demen yang menginginkan perubahan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perihal ini juga sempat diungkapkan oleh Haryanto bahwa pola partisipatif dapat memicu kesadaran masyarakat akan isu kesejahteraan sosial secara efektif (Haryanto, 2020).

Setelah melakukan pembagian peran, fasilitator bersama dengan peserta pelatihan menyusun naskah sederhana yang berisi judul dan alur video. Para peserta sepakat untuk memberikan judul video film dokumenter “Nyekar” yang akan diproduksi bersama-sama. Film “Nyekar” memiliki alur kisah tentang gambaran keseharian warga Demen dalam melakukan ritual *sadranan*. Penjelasan alurnya adalah sebagai berikut.

1. Alur 1: Seorang pemuda sedang menimba air sumur untuk mandi dan membersihkan dirinya setelah selesai bekerja di sawah.
2. Alur 2: Ibu sedang mencuci bunga untuk dibawa ke makam.
3. Alur 3: Bapak sedang mengenakan pakaian adat Jawa untuk pergi mengunjungi makam.
4. Alur 4: Pertemuan pemuda, ibu-ibu, dan bapak-bapak di makam secara bersamaan. Kemudian, mereka melakukan doa bersama dan menabur bunga di nisan leluhur.

Selanjutnya, pemuda-pemudi Demen bersama dengan tim pengabdian terjun langsung untuk mempersiapkan *wardrobe* dan menghubungi *talent* yang berperan sebagai aktor dalam film dokumenter yang berjudul “Nyekar” pada waktu berikutnya, yakni 17 Desember 2022. *Talent* yang berperan sebagai aktor dan aktris berjumlah 10 orang, yang terdiri atas Pak Dukuh, perwakilan bapak-bapak, perwakilan ibu-ibu, serta perwakilan pemuda-pemudi. Dalam melakukan persiapan *wardrobe* dan menghubungi *talent*, pemuda-pemudi juga meminta izin kepada pemangku dusun agar memberikan persetujuan syuting dan perekaman video pada hari yang sudah ditentukan. Upaya ini juga secara tidak langsung menjadi sebuah sosialisasi kepada perwakilan pihak bapak-bapak dan ibu-ibu tentang rencana produksi film *Nyekar*.

Pendampingan Produksi hingga Publikasi Konten Video

Usai mempersiapkan praproduksi, yakni menyediakan *wardrobe*, alat-alat pendukung, dan

talent, tim pengabdian bersama peserta pengabdian melakukan syuting film dokumenter “Nyekar” secara langsung pada 18 Desember 2022. Tahapan ini merupakan tahapan kedua dalam tata aturan produksi film (Suhadi & Dahar, 2024). Proses tahapan produksi dilakukan dengan melakukan *setting* adegan para aktor dan aktris serta perekaman video adegan oleh kameramen. Kegiatan perekaman video dibagi berdasarkan empat latar yang telah ditentukan sebagai lokasi syuting, yakni sawah, makam, rumah, dan jalan dusun. Kemudian alat-alat produksi yang digunakan adalah seperangkat *minidrone*, kamera DSLR, tripod kamera, dan laptop.

Selama syuting, fasilitator membantu mengarahkan sudut pandang kamera yang dirasa bagus untuk mengontruksi gambar adegan aktor dan aktris. Lalu, fasilitator juga mencermati dan mengawasi arah pergerakan kamera yang dioperasikan oleh tim kameramen. Jika dalam proses syuting terjadi kesalahan adegan, misalnya aktor tiba-tiba tertawa atau ada suara hewan peliharaan yang terekam, sutradara harus mengulangi adegan tersebut hingga memperoleh rekaman video yang terbaik. Para fasilitator juga mengajarkan penerapan konsistensi pengambilan video kepada pemuda-pemudi untuk memberikan pemahaman mengenai kualitas rekaman video.

Kegiatan syuting ini terbilang sangat lancar sebab hanya memakan waktu setengah hari. Hal ini menandakan adanya proses perencanaan yang matang dan baik dalam praproduksi. Suksesnya produksi film dapat dilihat dari manajemen komunikasi yang baik antarsesama kru. Perihal ini juga didukung dengan kerja sama tim yang baik. Komunikasi melakukan peran yang sangat vital dalam kerja tim sebab berfungsi untuk menjalankan koordinasi sesama kru saat merekam video (Shadrina et al., 2023).

Ada sebuah pemikiran menarik yang diungkapkan oleh Alcaraz dalam riset sebelumnya, yakni mengenai bagaimana kegiatan produksi film yang dilakukan secara kolektif dengan melibatkan target audiens secara langsung yang dapat menumbuhkan pemahaman mengenai nilai keterlibatan (kognitif-afektif, perilaku, dan relasional). Aktivitas pembuatan film juga dapat dijadikan sebagai pembelajaran manajemen komunikasi kelompok pada masyarakat (Alcaraz et al., 2024).



Gambar 11. Foto di balik layar kamera kegiatan pengambilan video film *Nyekar* bersama Pemuda-pemudi Dusun Demen. Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.



Gambar 12. Proses Editing dan publikasi film “Nyekar”.
Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

Rangkaian terakhir adalah program kegiatan *editing* dan publikasi film “Nyekar” dilakukan pada 19 Desember 2022. Dalam tahapan produksi video, kegiatan *editing* dan publikasi masuk dalam tahapan pascaproduksi. Tahapan pascaproduksi biasanya berfungsi untuk melakukan finalisasi karya video. Menurut Sijabat dan Darwinsyah (2021), tahapan pascaproduksi memuat tata cara yang dilakukan oleh editor untuk memasukkan unsur dramatisme dengan menggunakan efek-efek gambar dan musik latar. Tahapan ini sangat penting dilakukan sebab mentransformasi dan menyusun hasil potongan-potongan rekaman menjadi sebuah film yang utuh.

Dalam tahapan pascaproduksi film “Nyekar”, fasilitator melakukan pendampingan langsung dengan para peserta untuk mengedit potongan-potongan rekaman video hasil syuting hari sebelumnya. Kegiatan ini dilakukan di Kopi Sawah (salah satu kafetaria dan resto yang dikelola secara kolektif oleh masyarakat Dusun Demen). Alat dan bahan yang digunakan adalah seperangkat laptop dan aplikasi editor film. Tim editor terdiri atas tiga orang yang bertugas untuk menyortir hasil potongan-potongan rekaman video, mencari musik latar yang sesuai, dan merekam suara monolog. Setelah kebutuhan bahan-bahan tersebut tercukupi, editor menata potongan-potongan rekaman video, rekaman suara, dan musik latar, lalu mengekspornya menjadi sebuah film utuh.



Gambar 13.
Unggahan film
“Nyekar”. Sumber:
Tangkapan layar film
Nyekar yang diunggah
dalam kanal Youtube
Dusun Demen.

Setelah melakukan penyuntingan rekaman video, tim editor mempersiapkan tahapan publikasi film “Nyekar” di YouTube. Persiapan ini diawali dengan membuat akun kanal YouTube Demen. Kemudian membuat deskripsi film “Nyekar” berupa narasi singkat. Selanjutnya, tim editor mengunggah film “Nyekar” beserta deskripsi film “Nyekar” ke kanal YouTube Demen (<https://www.youtube.com/watch?v=LIZ4SWDMkGM>).

Secara singkat, film “Nyekar” merupakan sebuah film dokumenter pendek yang berdurasi 9 menit. Film ini mengisahkan sebuah rutinitas kegiatan *nyekar* yang selalu dilakukan oleh masyarakat Dusun Demen dalam acara *Sadranan*. Film “Nyekar” ini dibuat bersama-sama oleh pemuda-pemudi Dusun Demen untuk memperkenalkan tradisi dan adat yang telah diturunkan secara turun-temurun oleh para leluhur mereka. Film ini mengusung konsep monolog, yakni tidak banyak memperlihatkan adegan dialog. Meskipun demikian, film “Nyekar” justru banyak menampilkan adegan-adegan yang bersifat tindakan atau ritual oleh para aktornya. Tujuannya adalah untuk memperjelas pesan kesakralan tradisi *nyekar* dalam ritual *Sadranan*.

Diskusi Reflektif

Tim pengabdian melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Dusun Demen selama dua minggu. Kegiatan ini terbilang sangat lancar sebab semua programnya berhasil dilangsungkan tanpa adanya kendala mayor. Salah satu faktor pendukung terciptanya jalinan kerja sama antara tim pengabdian dan masyarakat Dusun Demen adalah adanya komunikasi dan koordinasi yang dilakukan secara efektif. Usaha lain yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan partisipatif kepada masyarakat. Hasil capaian kegiatan ini diperlihatkan dengan antusiasme pemuda-pemudi yang hadir dalam pelangsungan program-program pengabdian. Selain itu, capaian kegiatan pengabdian ini juga diperlihatkan melalui progres bentuk konten-konten yang sudah dipublikasikan oleh pemuda-pemudi Dusun Demen dalam kanal Youtube (<https://www.youtube.com/@demenpakembinangun6567>) dan media jejaring sosialnya (<https://www.instagram.com/demenpakembinangun/>) yang kian aktif dan eksis.

Dusun Demen merupakan salah satu dusun yang memiliki struktur kepengurusan sosial lengkap, yakni mulai dari kelompok bapak-bapak, ibu-ibu PKK, dan Karang Taruna pemuda-pemudi Demen. Dalam pengelolaan dusun, secara internal, kelompok bapak-bapak masih menjadi sentral pemegang otoritas tertinggi. Sementara itu, kelompok Karang Taruna hanya berperan sebagai pendukung dan pelaksana kegiatan dari otoritas kelompok bapak-bapak. Hal ini karena sumber daya alam yang dimiliki secara mayor dikelola oleh kelompok petani yang juga sebagai profesi kelompok bapak-bapak. Terdapat pengaruh relasi kuasa pemegang otoritas tertinggi, yakni kelompok bapak-bapak yang sangat memengaruhi tingkat produktivitas kegiatan kelompok Karang Taruna. Kondisi ini lantas menjadi sebuah refleksi yang harus dibenahi bersama-sama pula untuk makin memajukan eksistensi Dusun Demen. Program-program yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini menjadi sebuah solusi kecil untuk menjawab problematika tersebut dan tentunya menjadi langkah baru dalam mewujudkan kesadaran sebagai agen promosi dusun demi meningkatkan eksistensi Dusun Demen.

Selanjutnya, capaian utama kegiatan pengabdian masyarakat ini mencapai hasil yang memuaskan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan video terlaksana dengan baik. Hal ini tentunya dapat meningkatkan sumber daya manusia kelompok pemuda-pemudi Dusun Demen. Capaian lainnya adalah terwujudnya sebuah karya film dokumenter yang berjudul "Nyekar". Film "Nyekar" yang telah dipublikasikan dalam kanal YouTube ini digunakan sebagai media promosi Dusun Demen.

Kesimpulan

Setelah melangsungkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama kelompok Karang Taruna Dusun Demen, dapat disimpulkan bahwa pemuda-pemudi menjadi lebih paham tentang fungsi media jejaring sosial, terutama YouTube sebagai media promosi. Hampir semua peserta menjadi lebih paham tentang tata cara dan pengimplementasian teknis dasar pembuatan video. Sementara itu, beberapa masyarakat yang juga terlibat dalam proses produksi film *Nyekar* juga mendapatkan pengalaman dan pemahaman tentang kepekaan dalam berperan sebagai aktor dalam film. Mereka menjadi lebih peka tentang bagaimana menempatkan diri dan posisi saat direkam menggunakan kamera. Sebaliknya, para pemuda-pemudi yang bertugas sebagai kreator filmnya juga mendapatkan pengalaman dan keterampilan tentang bagaimana menjadi sutradara ataupun *men-direct* proses produksi video. Dengan demikian, diharapkan selanjutnya pemuda-pemudi dapat lebih terampil dan lebih ahli dalam menciptakan video-video yang dipublikasikan di kanal YouTube, khususnya dalam upaya promosi dusun.

Pernyataan Bebas Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa naskah ini terbebas dari segala bentuk konflik kepentingan dan diproses sesuai ketentuan dan kebijakan jurnal yang berlaku untuk menghindari penyimpangan etika publikasi dalam berbagai bentuknya.

Referensi

- Alcaraz, J. M., Shandler, K., Edwards, M., & Arevalo, J. A. (2024). Film-Making and Management Learning as (Multimodal) Design. *Academy of Management Learning & Education*, 23(1), 61–87. <https://doi.org/10.5465/amle.2021.0426>
- Andhika, A. (2020). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31602/jm.v2i2.3515>
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 59–66. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1041>
- Berwick, D. M. (2020). Choices for the “New Normal.” *JAMA*, 323(21), 2125. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.6949>
- Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. John Wiley & sons.
- Destyarini, N., Dewi, I. P. D. S., Savitri, R., & Naridha, A. N. F. (2022). Copyright Issue on Music Back Sound Usage on Youtube Video. *Diponegoro Law Review*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.14710/dilrev.7.1.2022.1-16>
- Hapsari, A., & Nani, N. (2021). Building Place Branding of Kampung Cabe with Community at Desa Kabasaran Parung Panjang. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 531–539. <https://doi.org/https://doi.org/10.56457/jimk.v9i2.205>
- Haryanto, A. (2020). Penyuluhan Pembuatan Video Profil Desa Bedoyo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(1), 4–10. <https://doi.org/10.24821/jas.v1i1.4697>
- Lestari, N. M. D. I., & Putra, D. N. R. A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan oleh Pelaku Usaha Toko Online Diinstagram. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 7(5), 1. <https://doi.org/10.24843/KM.2019.v07.i05.p14>
- Lidwina, A. (2020). *You Tube, Media Sosial Paling Banyak Diakses Generasi X*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/26/youtube-media-sosial-paling-banyak-diakses-generasi-x>
- Rahmanda, B., & Benuf, K. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Lagu Terkait Cover Lagu dan Penggunaan Suara Latar Pada Platform Youtube. *Gema Keadilan*, 8(2). <https://doi.org/10.14710/gk.2021.12643>
- Shadrina, N., Zaim, A. R., Arimurti, S., & Fajriati Arimurti. (2023). Manajemen Produksi Film Pendek Keling: Dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. *Jurnal Audiens*, 4(2), 320–330. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.36>
- Sijabat, M. P., & Darwinsyah, M. (2021). Peran Sutradara dalam Tahapan Pra Produksi Film Pendek æ Theater of Stateæ. *Prosiding Jurnalistik* 7(1), 250–257. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27195>
- Suhadi, M., & Dahar, D. H. (2024). Strategi Manajemen Produksi dalam Karya Film Dokumenter Garis Pelakon-Kemenparekraf. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 52–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jsm.v6i1.1590>
- YouTube. (2024). *Hak Cipta*. https://www.youtube.com/intl/ALL_id/howyoutubeworks/policies/copyright/