JINAWI: PRODUKSI SINEMATIK VIDEO DOKUMENTER SEBAGAI UPAYA PROMOSI POTENSI DESA GONDANGSARI

Sumekar Tanjung
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia

Email: sumekar.tanjung@uii.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa produksi sinematik video dokumenter sebagai upaya promosi potensi desa, yang dimotivasi oleh nihilnya media pandang dengar mengenai Desa Gondangsari Magelang yang berada di lereng Gunung Merbabu. Pengabdian ini bertujuan untuk mempublikasikan potensi Desa Gondangsari kepada masyarakat melalui media sosial YouTube. Usulan program pengabdian ini memiliki signifikansi pada Renstra Penelitian UII 2021-2025 bidang ke-5 yakni Pengembangan dan Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi yang Berkesinambungan dan Berorientasi Layanan. Metode penciptaan dan perwujudan sinematik video ini dilakukan melalui lima tahap yakni praproduksi, produksi, pascaproduksi, luaran, dan evaluasi. Luaran pengabdian ini adalah karya berupa sinematik video dokumenter Jinawi yang menguraikan tentang profil potensi Desa Gondangsari. Luaran bagi mitra adalah diunggahnya video dokumenter ini ke Ikonisia TV dengan melebihi target yang semula adalah 400 menjadi 1.741 kali tayangan dengan 2.900 likes. Karya video ini juga telah memperoleh Surat Pencatatan Ciptaan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Evaluasi keberhasilan menyatakan video Jinawi berhasil menarik perhatian dan efektif dalam mempromosikan potensi desa kepada masyarakat luas.

Kata kunci: profil potensi desa, video dokumenter, Gondangsari Magelang, KKN UII.

ABSTRACT

This community service produced a video of a cinematic documentary to promote Gondangsari Village, a village located on the slope of Mount Merbabu in Magelang. Prior to this community service, there had been no audio-visual media promoting the village's potential. This community service aimed to publish the potential of Gondangsari Village via YouTube. The idea for this program was inspired by the fifth element in the Strategic Planning for UII Research 2021-2025, the Development and Implementation of Sustainable and Service-oriented Information Technology and Communication. There were five stages in the creation of this cinematic video which included pre-production, production, post-production, output, and evaluation. The output of this community service is a cinematic documentary video titled Jinawi which shows the profile of Gondangsari Village and its potential. The video was uploaded to Ikonisia TV and gained 1,741 impressions, exceeding the previous target of 400 impressions, and obtained 2,900 likes. This video has also obtained the Copyright Registration Document from the Ministry of Law and Human Rights. Based on the evaluation, Jinawi video successfully attracted the viewers' attention and was effective in promoting the potential of Gondangsari Village to the public.

Keywords: village potential profile, documentary video, Gondangsari Magelang, UII community service.

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa produksi sinematik video dokumenter sebagai upaya promosi potensi desa, yang dimotivasi oleh nihilnya media pandang dengar mengenai Desa Gondangsari Magelang yang berada di lereng Gunung Merbabu. Kondisi faktual menunjukkan dewasa ini distribusi informasi mudah tersampaikan ketika profil potensi desa diunggah di media sosial. Ini didukung data Good Stats (Hidayah, 2023) yang menunjukkan 74,90% penduduk Indonesia mengakses internet dengan tujuan memperoleh informasi. Ditambah lagi kepemilikan media komunikasi yang telah menjangkau ke desa-desa.

Analisis situasi yang telah dilakukan pada mitra program sepanjang 2023, menemukan tiga fakta. *Pertama*, adanya data dalam profil desa pada website https://amongrasa.magelangkab.go.id/ yang merincikan data monografi kelurahan dan desa, namun tidak semua masyarakat dapat mengakses secara langsung. *Kedua*, Desa Gondangsari sudah memiliki dokumen cetak tentang Rencana Pengembangan Desa. Akses terhadap kedua dokumen ini sifatnya administratif dan tekstual. Sementara masyarakat adalah makhluk visual dimana segala macam pesan dapat dengan mudah tersampaikan menggunakan media pandang dengar. *Ketiga*, pemerintah Provinsi Jawa Tengah menggagas *Jateng Gayeng* untuk mengembangkan sub-sektor wisata sebagai salah satu ujung tombak dalam mendongkrak pendapatan asli daerah. Dari ketiga fakta tersebut, untuk mengangkat potensi Desa Gondangsari perlu dilakukan tindakan nyata seperti promosi digital melalui media pandang dengar yang dikemas dalam video dokumenter profil potensi Desa Gondangsari. Idealnya, pemerintah desa memiliki media yang menggambarkan karakteristik dan potensi desa yang sifatnya mudah diakses.

Situasi tersebut menghadirkan dua usulan penyelesaian masalah. Solusi *pertama* adalah dengan melakukan produksi video dokumentasi profil potensi desa. Karya video dokumentasi sangatlah mudah dilakukan. Video dokumentasi umumnya dibuat untuk memudahkan audiens dalam mengingat sesuatu (Anwar & Salamet, 2022). Tidak memerlukan keterampilan videografi yang kuat, karena siapapun dapat melakukan perekaman untuk video dokumentasi. Namun durasi video cenderung panjang, yakni lebih dari 30 menit. Sedangkan solusi yang *kedua* adalah produksi video profil potensi desa menggunakan pendekatan dokumenter dan sinematik. Video dokumenter memiliki kekuatan yang signifikan sebagai media edukasi, reflektif, spasial, dan propaganda (Karnajaya & Annas, 2023; Mahardika, 2021). Keberadaan fakta dan data adalah kejujuran yang wajib dipegang dokumentaris (Agustina, 2022; Pungkiawan, 2022). Ini esensi yang membedakan antara film fiksi dan dokumenter. Kemudian

kebaruan teknologi saat ini mendukung dokumentaris untuk dapat berkreasi dengan menggabungkan *mise en scene* ke dalam sinematografi, editing, dan suara untuk mengasilkan video yang sinematik (Pratista, 2008). Durasi video sinematik dokumenter tidak terlalu lama agar audiens dapat menerima pesan dengan efektif.

Atas pertimbangan tersebut, pengusul melihat bahwa video sinematik dokumenter dirasa tepat menjadi medium untuk mengisahkan profil potensi Desa Gondangsari. Proses produksi video dokumenter tidak dapat dilakukan dengan waktu yang singkat. Ini dikarenakan proses produksi video dokumenter memiliki tantangan seperti pendekatan terhadap narasumber, melakukan riset untuk memperoleh data faktual, dan manajemen produksi. Meski demikian, dalam kurun waktu pengabdian selama 6 bulan, karya sinematik video dokumenter ini dapat memenuhi target luaran dan diselesaikan dengan baik. Terlebih, pengusul telah membangun kepercayaan dan kemitraan terhadap masyarakat Gondangsari pada periode KKN angkatan 67 dalam pemetaan potensi agrowisata, ekowisata, seni, budaya, dan religi yang tertuang pada *Dokumen Rencana Pengembangan Desa Gondangsari* dimana telah diarsipkan pemerintah desa terkait. Pengusul juga telah mempublikasikan luaran tersebut dalam artikel berjudul *Penyusunan Dokumen Rencana Pengembangan Potensi Wisata Gondangsari Magelang* (Tanjung et al., 2023) pada Seminar Nasional DPPM 2023. Dengan kemitraan yang telah terjalin, masyarakat Gondangsari sebagai subjek memiliki ruang yang nyaman dan aman saat pengambilan gambar nantinya.

Usulan program pengabdian ini memiliki signifikansi pada Renstra Penelitian UII 2021-2025 bidang ke-5 yakni *Pengembangan dan Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi yang Berkesinambungan dan Berorientasi Layanan.* Orientasi pengembangan kehidupan masyarakat yang madani dan lestari (*baldatun thoyyibatun wa-robbun ghofur)* telah tersirat dalam Al-Qamar ayat 20, yang menyiratkan bahwa tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat dan kelompok lemah lainnya. Mereka adalah kelompok yang umumnya kurang berdaya. Islam memandang masyarakat sebagai sistem yang individunya saling membutuhkan dan mendukung. Masyarakat memiliki relasi yang idealnya sangat menguntungkan dengan mendorong tiga prinsip utama yakni *ukhuwwah, ta'awun,* dan persamaan derajat (Sany, 2019).

e-ISSN: 2963-2277

METODE PELAKSANAAN

Metode penciptaan dan perwujudan sinematik video ini dilakukan secara sistematik. Dalam segala bentuk penciptaan karya, kesemuanya didasari oleh tindakan penelitian sebagai pijakan dalam proses perwujudan karya.

Tim pengabdian melakukan riset untuk mengumpulkan data faktual serta dokumentasi Desa Gondangsari. Observasi dilakukan dengan tujuan melihat dan menganalisa kondisi nyata Gondangsari yang akan digunakan menjadi aset pada video. Kedua, tahap produksi. Tim melakukan produksi sesuai dengan *shootlist* yang telah disepakati. Tim melaksanakan produksi dalam jangka waktu dua hingga tiga minggu. Ketiga, tahap pascaproduksi. Proses editing akan dilakukan pada tahap ini. Editor akan memilah footage yang dirasa sesuai untuk dimasukkan dalam video. Tahapan ini dilaksanakan selama satu bulan. Tahap keempat, tim produksi melakukan pengecekan, sinkronisasi ulang, dan fiksasi, untuk kemudian video dapat diunggah ke Ikonisia TV. Tahap terakhir yakni melakukan evaluasi. Untuk melihat ketercapaian efektifitas video, tim melakukan evaluasi melalui survey terhadap masyarakat Gondangsari yang pengusul uraikan pada bab selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Praproduksi

Pada tahapan ini tim menekankan pada perencanaan dan persiapan dalam produksi video. Perencanaan harus dibuat sedetail mungkin, rinci, dan sistematis guna mengantisipasi hal diluar prediksi awal. Tahapan pra produksi secara general meliputi kegiatan-kegiatan seperti observasi, menyusun skenario, penyusunan script/naskah konsep video, dan menyusun jadwal *shooting* dengan subjek. Adapun aktivitas yang dilakukan oleh tim yakni melakukan observasi, melakukan wawancara, melakukan dokumentasi, menyusun naskah konsep, dan menyusun jadwal shooting.

Kegiatan observasi dilakukan guna mendapatkan informasi dan data konkrit dalam menunjang proses produksi video. Selain itu, tim melakukan analisis dan observasi fasilitas-fasilitas penunjang yang sudah ada di desa. Sebagai upaya dalam memberikan data yang valid, tim melakukan wawancara kepada Kepala Camat Pakis, Rahmat Pambudi, S. TP., Kepala Desa Gondangsari, Pawit Widodo, Kepala Urusan Perencanaan Desa Gondangsari, Wahono, Kepala Dusun Cicen, Koordinator Produksi Pupuk Organik Dusun Sembungan, Koordinator Seni Tari Dusun Cicen.

Setelah proses pengumpulan informasi dan data yang relevan dirasa cukup, tim pengabdi kemudian melanjutkan tahapan pra produksi pada proses penulisan naskah konsep video. Selain untuk menjadi acuan tim pengabdi dalam produksi video, naskah konsep video ini juga dikirim kepada pihak Desa Gondangsari sebagai gambaran lokasi desa mana saja yang akan masuk dalam video dokumenter sehingga dari pihak Desa Gondangsari pun mampu mengupayakan persiapan semaksimal mungkin dalam menyuguhkan potensi desa ini.

Tim pengabdian merumuskan naskah yang akan diberikan kepada pihak Desa Gondangsari, sehingga kemudian tim pengabdi akan merencanakan konsep untuk pengambilan video dokumenter Desa Gondangsari. Tim pengabdi menyusun runtutan *scene-scene* yang dapat diambil dalam video dokumenter. Pada pertemuan ini, tim pengabdi juga membuat daftar *talent* yang akan menjadi narator dalam penjelasan potensi Desa Gondangsari.

Selain proses penyusunan konsep, tim pengabdi juga menentukan jadwal syuting dan menginformasikan ulang kepada *talent* terkait kesiapan proses syuting dengan pihak Desa Gondangsari. Jadwal tersebut dilaksanakan untuk memaksimalkan proses produksi, manajemen *talent,* dan tampilan potensi Desa Gondangsari. Tim pengabdi menentukan waktu produksi pada tanggal 3-5 November 2023 dengan estimasi pengerjaan dalam waktu 1-3 hari kerja.

Tahap Produksi

Tim pengabdi mengagendakan proses pengambilan video selama tiga hari. Namun, dengan melihat situasi dan kondisi di Desa Gondangsari serta untuk mempertimbangkan maksimalnya proses produksi, tim pengabdi memutuskan untuk melakukan tahapan produksi ini dalam jangka waktu lima hari. Adapun rincian produksi yang dilakukan oleh tim pengabdi sebagai berikut.

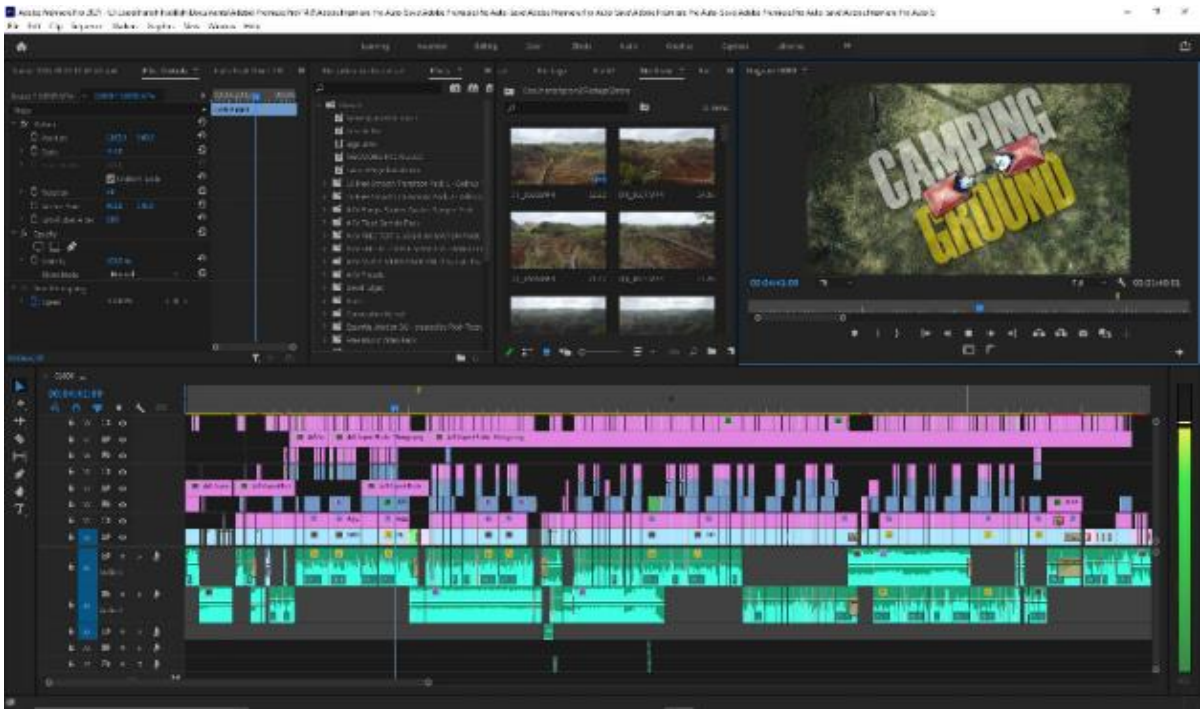
Tahap Pascaproduksi

Teknis operasional yang dilakukan oleh tim produksi meliputi penggunaan alat pada proses editing dan *mixing audio*. Pada proses pascaproduksi yakni proses editing tim pengabdi menggunakan perangkat lunak pengolah video yakni Adobe Premiere Pro versi CC 2022 Selain itu sebagai penunjang dalam melakukan sinkronisasi suara antara video hasil produksi dan naskah konsep video yang telah dibuat, tim pengabdi juga menggunakan perangkat lunak pengolah audio yakni Adobe Audition versi CC 2021.

Tim pengabdi mengkurasi video berdasarkan hari yang sesuai dengan shooting list, membaginya ke dalam folder berdasarkan hari produksi. Barulah kemudian tim pengabdi melakukan pencocokan urutan video berdasarkan naskah konsep video yang telah dibuat.

e-ISSN: 2963-2277

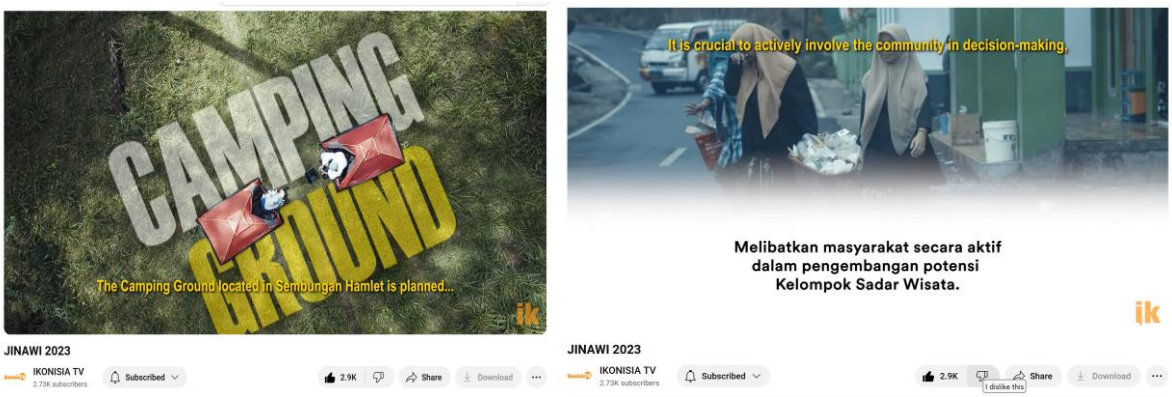
Setelah melakukan kurasi video, tim pengabdi kemudian masuk dalam tahapan proses *editing*. Tim pengabdi menggunakan perangkat lunak pengolah video yakni Adobe Premiere Pro versi CC 2022. Setelah melakukan kategorisasi berdasarkan hari produksi, tim pengabdi melakukan langkah selanjutnya dengan memasukan urutan video ke *timeline editing* pada aplikasi Adobe Premiere Pro.



Gambar 1. Proses Pascaproduksi

Pengabdi melakukan *proofreading* secara keseluruhan dari awal hingga akhir, *review* ini tentu dilakukan untuk meminimalisir *minor* dalam *editing* video. Tim pengabdi juga kembali memadukan naskah konsep video dengan hasil *editing* yang telah dibuat. Tahap *finishing* adalah saat untuk menyempurnakan video dan memastikan bahwa semuanya siap untuk diedarkan atau ditampilkan kepada audiens. Sebuah *finishing* yang baik akan menghasilkan video yang profesional, menarik, dan berkualitas tinggi.

Pada tahapan terakhir, setelah melakukan proses *rendering video* tim pengabdi menyerahkan *file* hasil pengerjaan tersebut kepada pihak Ikonisia TV untuk mengunggah ke laman YouTube. Video dokumenter berjudul Jinawi (2023) yang diunggah di saluran YouTube Ikonisia TV telah berhasil menarik perhatian publik. Dengan capaian 1.741 tayangan dan 2.900 likes, video ini menunjukkan adanya minat yang cukup signifikan dari penonton terhadap tema yang diangkat. Angka tersebut mengindikasikan bahwa pesan dalam video berhasil tersampaikan dengan baik dan mampu membangkitkan rasa empati serta dukungan dari masyarakat.



Gambar 2. Hasil Luaran Video Dokumenter Jinawi

Hasil Uji Luaran

Survei pascaproduksi dilakukan untuk menguji video yang telah dibuat. Pengujian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menerapkan model AIDA sebagai acuan efektivitas luaran atau sebagai proses pengenalan video, menciptakan ketertarikan, hingga mengakibatkan timbulnya hasrat untuk berkunjung. Dengan kuesioner yang telah disebarkan, terdapat 40 responden yang telah mengisi.

Berdasarkan data, sebagian besar responden (33 orang, 82,5%) sangat tertarik menonton video karena tampilan videonya, sementara sisanya (7 orang, 17,5%) juga setuju dengan pernyataan tersebut. Namun, sebagian besar responden (35 orang, 87,5%) tidak memiliki pendapat yang jelas tentang pengaruh thumbnail video terhadap keputusan mereka untuk mengklik, kecuali 5 orang (12,5%) yang setuju bahwa thumbnail video membuat mereka tertarik. Di sisi lain, sebagian besar responden (92,5%) sangat tertarik dengan judul video dan mengkliknya, sementara hanya 3 orang (7,5%) yang ragu-ragu tentang pengaruh judul video terhadap keputusan mereka. Berdasarkan hasil pengumpulan data, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden (32 orang) sangat setuju bahwa efek cinematic pada video membuat mereka menonton sampai selesai, sedangkan 8 responden setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa efek cinematic pada video memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan ketertarikan responden untuk menonton video sampai selesai.

Semua responden (100%) menyatakan bahwa kejelasan audio sangat penting atau berpengaruh terhadap mereka. Semua responden sangat setuju jika data dan fakta yang disajikan tentang potensi desa sangat akurat dan sesuai dengan kenyataan. Kemudian pada elemen *desire* dan *action*, dapat disimpulkan bahwa semua responden (40 orang) sepakat bahwa alur cerita yang disajikan sangat jelas dan mudah dipahami. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 95% responden tertarik untuk mengunjungi desa, dan hanya 5% responden yang ragu. Tidak ada responden yang tidak setuju untuk mengunjungi desa.

e-ISSN: 2963-2277

KESIMPULAN

Hasil akhir dari seluruh proses produksi yang dilakukan adalah film dokumenter yang berjudul Jinawi. Film berdurasi 16 menit 32 detik ini hadir dalam format video MP4 (H.264) dengan resolusi tinggi 1920 x 1080 pixel dan aspek rasio 16:9. Spesifikasi ini memungkinkan untuk dapat diputar pada berbagai perangkat, baik berbasis offline maupun platform online seperti Youtube.

Berdasarkan hasil penghitungan uji keberhasilan luaran video potensi desa, dapat disimpulkan bahwa video tersebut telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap potensi desa dengan persentase rerata 92,5%. Berdasarkan tabel persentasi nilai pada skala *likert*, nilai persentase tersebut berada di antara 80%-100% yang termasuk dalam kategori skala respon Sangat Setuju. Dengan demikian, video tersebut dapat dianggap sebagai media promosi yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan potensi desa kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, diharapkan video ini dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap potensi desa, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan meningkatkan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Indonesia atas dukungan Pengabdian Masyarakat Skema Program KKN Unggulan, sehingga dapat terselesaikannya produksi video ini.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, W. L. (2022). Riset pra produksi film dokumenter: “Tamansari-The Lost of Water Castle.” *Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi*, 1.

Anwar, Hairul, & Salamet. (2022). Profiling desa melalui village profile video making sebagai sarana marketing tools pariwisata Kabupaten Sumenep. *Karaton*, 2(1), 134–145.

Azzahra’, F. (2022). Konsep media dalam tafsir dakwah: Analisis tafsir surat Ibrahim ayat 4 dan surat Al-An’am ayat 75. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(2). https://doi.org/10.22373/jp.v5i2.14042

Hidayah, F. N. (2023). Masyarakat Indonesia gunakan internet untuk mendapatkan informasi dan berita. *Goodstats.id*. https://data.goodstats.id/statistic/Fitrinurhdyh/ada-7490-

masyarakat-indonesia-gunakan-internet-untuk-mendapatkan-informasi-dan-berita-dwbSe

Karnajaya, J. A., & Annas, F. B. (2023). Analisa naratif propaganda film dokumenter Sexy Killers. *Konvergensi*, 4(1), 444–462.

Mahardika, A. (2021). *Film dokumenter itu membosankan? Strategi-strategi komunitas dokumenter dalam membangun infrastruktur perfilman dokumenter Indonesia*. Pascal Books.

Pratista, H. (2008). *Memahami film*. Homerian.

Pungkiawan, P. R. (2022). Film dokumenter potret Rhythm of Saman. *Rekam*, 18(1). https://doi.org/10.24821/rekam.v18i1.4886

Sany, U. P. (2019). Prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat dalam perspektif Al Qur'an. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39(1), 32–44. https://doi.org/10.21580/jid.v39.1.3989

Tanjung, S., Muhammad, H. Z., & Hastommy, M. L. Y. (2023). Penyusunan dokumen rencana pengembangan potensi wisata Gondangsari Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 437, 437–447.