



# **JELAJAH SiNEMA**

**JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT**

**Volume 2 No. 2 Edisi Desember Tahun 2025**

**Audio-Visual sebagai Proses: Praktik, Narasi, dan  
Kerja Visual**

**Diterbitkan oleh  
Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta**

# **JELAJAH SINEMA**

**JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT**

**Volume 2 - No. 2 Edisi Desember Tahun 2025**

**Audio-Visual sebagai Proses: Praktik, Narasi, dan  
Kerja Visual**

**Diterbitkan oleh  
Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta**

# **JELAJAH SINEMA (JS)**

## **Jurnal Pengabdian Masyarakat**

**Volume 2 No. 2 - 19 Desember Tahun 2025 | ISSN 3063-7406 (print) | 58 halaman**

Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat merupakan jurnal yang menerbitkan hasil kegiatan Pengabdian kepada masyarakat oleh Fakultas Film dan Televisi – Institut Kesenian Jakarta. Jurnal ini bertujuan untuk mengembangkan upaya-upaya inovatif dan melaporkan hasil penelitian partisipatif berbasis komunitas, Riset berbasis Masyarakat, Layanan Pembelajaran, Pengembangan Masyarakat yang berkaitan dengan perkembangan perfilman, termasuk fotografi, televisi dan media baru, agar menjadi unggul dan kompetitif di tingkat nasional dan di dunia internasional.

### **SUSUNAN DEWAN REDAKSI**

#### **PENANGGUNG JAWAB**

Dr. Rina Yanti Harahap M.Sn.  
Fajar Nuswantoro, M.Sn

#### **KETUA REDAKSI**

Dr. RB. Armantono, M.Sn.

#### **MANAGING EDITOR**

Supriyanta, M.Sn.

#### **EDITOR**

Erlan, M.Sn.

#### **REVIEWER/MITRA BEBESTARI**

Dr. Marseli Sumarno

#### **COPYEDITOR**

Prima Nanda, S.Hum.

#### **LAYOUT**

Muhammad Aditya Pratama, S.Sn.

---

Alamat Redaksi  
Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Jalan Sekolah Seni No. 1  
E-mail: [pkmfftv@ikj.ac.id](mailto:pkmfftv@ikj.ac.id)

## DAFTAR ISI

- 69**      **Mengelola Workshop Sinematografi dengan Proporsional: Strategi Pengendalian Alur Kegiatan dari Perencanaan hingga Evaluasi**  
Supriyanta, Diva Eureka, Ngadman
- 79**      **Pemanfaatan AI dan *Foto Story* dalam *Program Urban Frame Sinematik*: Pemberdayaan Peserta Melalui Pengolahan Foto Berbasis AI dan Penyusunan Narasi Visual dalam Konteks Lingkungan Urban**  
Adji Cahyono, Amran Malik, Ferdiansyah
- 90**      ***Storytelling* sebagai Fondasi Kreatif Konten Promosi Efektif dalam Workshop *Urban Frame Cinematic* Setu Babakan: Proses memahami *key selling point*, desain karakter, dan narasi dalam praktik kreatif konten promosi.**  
Diva Eureka, RB Armantono
- 103**      **Pelatihan Kemampuan *Editing* Video pada UMKM dan Pelaku Seni di Setu Babakan: Mengenal Video *Editing* Menggunakan Aplikasi Capcut Untuk Kebutuhan Promosi Produk UMKM Pada Destinasi Wisata Kota Jakarta**  
Iriani, Kusen Dony Hermansyah, Hendry Gunawan
- 111**      **Workshop Membangun Penataan & Kualitas Suara Dalam Konten Digital: Peningkatan Kapasitas Produksi Audio-Visual Melalui Pemahaman Unsur Suara & Teknik Perekaman**  
Andrew Saputro, Yogi Tri Kuncoro

# KATA PENGANTAR

Sinema dan praktik visual tidak pernah lahir semata dari hasil akhir, melainkan dari rangkaian proses yang panjang, berlapis, dan sering kali tak terlihat. Di antara perencanaan, percobaan, kesalahan, hingga perbaikan, terbentuk ruang belajar yang justru menentukan kualitas pengalaman visual itu sendiri. Edisi Jurnal Jelajah Sinema ini menempatkan proses sebagai pusat pembacaan—bukan hanya sebagai tahapan teknis, tetapi sebagai medan kerja kreatif yang melibatkan pengelolaan, narasi, teknologi, dan relasi sosial.

Artikel-artikel dalam edisi ini berangkat dari konteks praktik sinematografi dan produksi visual di ruang pemberdayaan masyarakat, khususnya melalui rangkaian kegiatan *Urban Frame Cinematic* di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Namun, tulisan-tulisan ini tidak berhenti pada laporan kegiatan. Ia bergerak lebih jauh untuk membaca bagaimana sinema dan praktik audio-visual bekerja ketika bertemu dengan keterbatasan sumber daya, keragaman latar peserta, serta kebutuhan nyata pelaku UMKM, komunitas seni, dan pendidik budaya.

Pengelolaan alur workshop menjadi perhatian penting dalam edisi ini. Sinematografi tidak dipahami sebagai sekadar penguasaan kamera, suara, atau perangkat lunak, melainkan sebagai sistem kerja yang membutuhkan pengendalian ritme, kesinambungan materi, dan kepekaan terhadap dinamika peserta. Dalam kerangka ini, peran koordinator dan desain pembelajaran menjadi bagian tak terpisahkan dari praktik kreatif itu sendiri. Sinema hadir sebagai proses kolektif yang menuntut manajemen, bukan hanya inspirasi.

Aspek naratif juga muncul sebagai benang merah yang kuat. *Storytelling*, desain karakter, dan penentuan *key selling point* dibaca sebagai fondasi kreatif dalam produksi konten promosi. Narasi tidak lagi diposisikan sebagai hiasan, melainkan sebagai struktur yang memungkinkan visual bekerja secara persuasif dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, sinema dan konten digital bertemu dalam satu kebutuhan yang sama: membangun keterhubungan antara pesan, pembuat, dan audiens.

Edisi ini juga menyoroti perjumpaan praktik visual dengan teknologi digital, mulai dari pemanfaatan kecerdasan buatan dalam pengolahan foto, penyuntingan video berbasis aplikasi, hingga tata

suara sebagai elemen yang sering diabaikan namun menentukan kualitas tayangan. Teknologi tidak diperlakukan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai alat yang membuka kemungkinan baru bagi literasi visual, ekspresi kreatif, dan pelestarian budaya lokal.

Melalui kumpulan artikel ini, Jurnal Jelajah Sinema mengajak pembaca untuk melihat sinema dan praktik audio-visual sebagai ruang pembelajaran yang hidup—ruang di mana teori, teknik, dan konteks sosial saling berkelindan. Sinema tidak hanya menjelajah layar, tetapi juga menjelajah proses, kerja, dan pengalaman manusia yang membentuknya. Dalam perjumpaan inilah praktik sinema menemukan relevansinya: tidak hanya sebagai karya, tetapi sebagai cara memahami dan merawat kerja kreatif di tengah perubahan zaman.

**Dr. RB. Armantono, M.Sn.**

**Ketua Redaksi**

**Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

## Mengelola Workshop Sinematografi dengan Proporsional: Strategi Pengendalian Alur Kegiatan dari Perencanaan hingga Evaluasi

### Supriyanta

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: supriyanta@ikj.ac.id

### Diva Eureka

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: divaeureka@ikj.ac.id

### Ngadman

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: ngadman@ikj.ac.id

### ABSTRACT

*This article examines the management of activity flow in the Urban Frame Cinematic cinematography workshop held at the Betawi Cultural Village of Setu Babakan. The discussion focuses on the coordinator's role in maintaining continuity across the workshop stages, including material planning, scheduling, speaker coordination, and outcome evaluation. The workshop applied a structured, practice-based learning model covering visual theory, production planning, cinematography and sound practice, and video editing. The results indicate improved participant competencies in visual storytelling, camera techniques, audio management, and editing. These findings highlight that effective workflow management plays a crucial role in ensuring smooth implementation and enhancing the quality of creative media-based community engagement outputs.*

**Keywords:** cinematography, management, workshop, community service, audiovisual production.

### ABSTRAK

*Artikel ini mengkaji pengelolaan alur Workshop Sinematografi Urban Frame Cinematic yang dilaksanakan di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Fokus pembahasan diarahkan pada peran koordinator dalam menjaga kesinambungan kegiatan, mulai dari perencanaan materi, penjadwalan, koordinasi narasumber, hingga evaluasi hasil. Workshop menerapkan model pembelajaran terstruktur berbasis praktik yang mencakup teori visual, perencanaan produksi, praktik sinematografi dan tata suara, serta penyuntingan video. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam visual storytelling, teknik pengambilan gambar, pengelolaan audio, dan editing. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan alur yang efektif berperan penting dalam kelancaran pelaksanaan dan kualitas output karya pengabdian berbasis media kreatif.*

**Kata Kunci:** sinematografi, manajemen, workshop, PKM, produksi audiovisual.

## PENDAHULUAN

Sinematografi di era digital semakin berkembang hingga melahirkan kebutuhan-kebutuhan baru dalam tata kelola kegiatan workshop yang lebih terstruktur, efektif, dan adaptif. Produksi audiovisual tidak hanya menuntut penguasaan teknis pada aspek fotografi, pengambilan gambar, tata suara, dan editing, seperti dijelaskan oleh Brown bahwa kualitas visual sangat bergantung pada pemahaman teknis kamera dan pencahayaan (Brown 45), sementara Mascelli menegaskan pentingnya prinsip komposisi dan *continuity* dalam proses kreatif (Mascelli 22). Selain itu, juga memerlukan sebuah sistem kerja yang terkoordinasi agar proses pembelajaran berlangsung proporsional sejak tahap perencanaan hingga evaluasi.

Tantangan utama bukan hanya pada sesi penyampaian materi oleh narasumber tetapi juga bagaimana alur kerja workshop dikelola secara menyeluruh sehingga peserta dapat mengembangkan kompetensinya melalui pengalaman belajar yang bertahap dan berkesinambungan.

Pelaksanaan Workshop Sinematografi “*Urban Frame Cinematic*” di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Jakarta Selatan, memberikan gambaran nyata mengenai pentingnya tata kelola alur kegiatan dalam program peningkatan kapasitas masyarakat kreatif. Kegiatan pelatihan ini dibuat dalam dua kelompok belajar yang masing-masing berlangsung selama lima hari.

Materi pembelajaran yang diberikan meliputi teori dasar fotografi, penyusunan narasi/storytelling, perencanaan produksi konten, praktik visual/sinematografi, tata suara, hingga editing. Keragaman materi dari para narasumber termasuk penyusunan narasi yang menuntut peserta memahami alur dramatik dasar, yang menurut Bordwell dan Thompson merupakan fondasi utama dalam membangun koherensi visual dan cerita (Bordwell and Thompson 56). Dari materi fotografi (Ferdiansyah, Amran Malik Hakim), penulisan naskah (Armantono, Budi Wibawa), produksi dan penyutradaraan (Subadi, Hanief Jerry, Subagyo, Arda Muhlisun), sinematografi (Dedih Nur Fajar Paksi, Sidi Saleh), tata suara (Andrew Saputra, Yogi Tri Kuncoro), hingga editing (Hendry Gunawan, Kusen Donny Hermansyah) menuntut adanya koordinasi yang rapi agar alur kegiatan tetap proporsional dan tidak tumpang tindih antar sesi.

Dari sisi pengelolaan kegiatan, keberhasilan workshop ini tidak hanya bergantung pada kualitas narasumber, tetapi juga pada kemampuan koordinator menjaga konsistensi ritme pembelajaran setiap hari. Peserta dari berbagai latar belakang (UMKM, sanggar seni, pendidik, pengelola kawasan Setu Babakan) memiliki tingkat pemahaman awal yang berbeda-beda sehingga penataan alur mulai dari teori menuju praktik harus dirancang secara bertahap dan terarah.

Disiplin terhadap jadwal kegiatan, pendampingan teknis di setiap sesi, serta mengintegrasikan materi teori dan praktik

lapangan menjadi faktor kunci yang membuat peserta dapat menghasilkan karya visual secara lebih terarah.

Lain daripada itu, dinamika lapangan seperti keterlambatan peserta, pergantian peserta, maupun kondisi teknis saat praktik (pengaturan kamera, perekaman suara, hingga *editing* menggunakan *smartphone*) menjadi tantangan yang harus diantisipasi. Mengelola workshop sinematografi berarti mengelola interaksi antara peserta, narasumber, alat, ruang pelatihan, serta alur kegiatan agar tetap berjalan proporsional dari awal sampai akhir. Pendekatan ini bukan hanya memastikan kelancaran kegiatan, tetapi juga menjamin tercapainya tujuan pembelajaran untuk menghasilkan karya konten visual yang merepresentasikan lingkungan budaya Setu Babakan.

Melalui pengalaman penyelenggaraan dua *batch* workshop ini menunjukkan bahwa manajemen alur kegiatan memiliki peran yang tidak terpisahkan dari hasil akhir pelatihan. Oleh karena itu, penting untuk mendokumentasikan bagaimana alur workshop dirancang, dijalankan dan dievaluasi sebagai bagian dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di bidang seni dan industri kreatif. Artikel ini sekaligus menjadi refleksi atas peran koordinator dalam menciptakan kegiatan pelatihan sinematografi yang efektif, sistematis, dan proporsional sehingga mampu meningkatkan kapasitas kreatif masyarakat secara nyata.

Berkaitan dengan pelaksanaan workshop sinematografi “*Urban Frame Cinematic*” yang

melibatkan banyak materi, narasumber, dan dinamika peserta, diperlukan alur workshop yang sistematis dan proporsional sehingga materi dapat diterima secara bertahap oleh peserta dengan latar belakang kemampuan yang beragam.

## METODE PELAKSANAAN WORKSHOP

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode workshop terstruktur berbasis praktik, sejalan dengan pendekatan *experiential learning Kolb* yang menekankan siklus belajar melalui pengalaman langsung (Kolb 32). Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa seluruh materi dapat tersampaikan secara proporsional dan bertahap kepada peserta.



**Gambar 1.** Pembukaan workshop oleh Bapak Supriyanta sebagai koordinator acara. (Sumber: Darien F. Delovsky)

1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan dilaksanakan di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Jakarta Selatan. Workshop *batch* 1 pada tanggal 13–17 Oktober 2025 dan *batch* 2 pada tanggal 20–24 Oktober 2025. Pemilihan

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sebagai lokasi workshop karena menyediakan ruang budaya, lanskap visual, serta lingkungan sosial yang mendukung praktik pengambilan gambar dan pembuatan konten.

2. Desain dan Rancangan Kegiatan Metode pelaksanaan workshop dirancang menggunakan model berjenjang (*scaffolding*), yang membagi kegiatan ke dalam urutan secara logis sehingga peserta dapat memahami konsep dasar sebelum memasuki tahap praktik lanjutan. Struktur alur pembelajaran dalam workshop ini meliputi:

- c. Pengenalan dasar visual dan fotografi
- d. Penyusunan narasi dan konsep konten
- e. Pemahaman produksi & perencanaan teknis
- f. Praktik sinematografi dan perekaman suara
- g. *Editing* dan finalisasi karya
- h. Evaluasi karya Dengan rancangan ini, koordinator dapat mengontrol ritme kegiatan harian dan memastikan kesinambungan materi dari satu sesi ke sesi berikutnya.

Diagram 1. Alur Pembelajaran Workshop

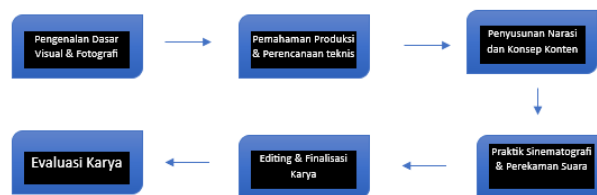


Diagram 1. Alur Pembelajaran Workshop

3. Peran Koordinator dalam Pengelolaan Alur Workshop

Koordinator berperan sebagai pengarah utama keseluruhan rangkaian kegiatan workshop. Peran koordinator dalam mengatur ritme kegiatan sangat penting, terutama dalam desain pembelajaran untuk peserta yang membutuhkan alur terstruktur dan jelas (Caffarella and Daffron 41).

Tugas manajerial koordinator mencakup:

- a. Menyusun jadwal dengan proporsional sehingga koordinator dapat memastikan setiap materi ditempatkan dalam urutan yang tepat. Misalnya: hari pertama fokus pada fotografi dan komposisi sebagai dasar visual, hari kedua pada narasi dan storytelling, hari ketiga pada perencanaan produksi dan praktik *blocking*, hari keempat pada sinematografi & perekaman suara, hari kelima pada *editing* dan evaluasi karya.
- b. Berkoordinasi dengan narasumber yang berbeda-beda dan pendamping untuk menyelaraskan materi antar bidang, mengatur durasi presentasi, menyesuaikan tingkat kesulitan materi berdasarkan

dinamika peserta, dan mengatur penempatan pendamping teknis selama praktik lapangan.

- c. Pengelolaan dinamika yang terjadi di lapangan seperti peserta yang terlambat, pergantian peserta, dan lainnya yang harus ditangani melalui pengarahan ulang, briefing cepat, dan pendampingan ekstra.
- d. Mengatur pergerakan peserta saat praktik di area Setu Babakan dengan memastikan keamanan lokasi, efisiensi waktu, kesesuaian tempat untuk pengambilan gambar, dan pendampingan teknis tetap merata.

#### 4. Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi proses dilakukan pada saat berlangsungnya kegiatan dengan menilai kelancaran setiap sesi, kecukupan waktu, kesesuaian alur teori dan praktik, serta efektivitas pendampingan. Setelah itu, dilakukan evaluasi hasil melalui penilaian hasil karya peserta, terutama alur visual, kualitas audio, dan konsistensi naratif. Presentasi dan *review* pada hari terakhir dipandu narasumber *editing* dan refleksi koordinator terhadap keberhasilan menjaga alur workshop dari awal hingga akhir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Workshop Sinematografi “*Urban Frame Cinematic*” dengan dua *batch* menunjukkan bahwa manajemen alur kegiatan menjadi faktor penentu keberhasilan proses

pembelajaran. Setiap tahap (pembukaan, penyampaian materi, praktik lapangan, hingga evaluasi) memperlihatkan pentingnya koordinasi dan desain alur yang proporsional dalam sebuah workshop berbasis keterampilan.

### Hasil Implementasi Alur Kegiatan Workshop

#### a. Materi Dasar: Fotografi sebagai Fondasi Visual

Pada hari pertama di setiap *batch*, peserta diperkenalkan pada konsep dasar fotografi. Materi meliputi pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, serta penggunaan kamera pada *smartphone*. Peserta praktik memotret dan langsung berdiskusi untuk mendapatkan umpan balik dari narasumber. Sehingga peserta mampu memahami perbedaan *frame* horizontal–vertikal, mampu mengatur komposisi dasar seperti *rule of thirds*, serta mampu memperbaiki teknik pemotretan dari sesi awal ke sesi akhir.

Dengan demikian, penguasaan dasar fotografi peserta meningkat seiring kemampuan memahami komposisi dan *framing*, yang merupakan elemen inti dalam tata bahasa visual film (Thompson and Bowen 14). Manajemen alur yang dimulai dengan fondasi visual terbukti efektif untuk mempersiapkan pemahaman peserta terhadap materi lanjutan.



**Gambar 2.** Bapak Amran menyampaikan materi fotografi (Sumber: Gideon Misael)

#### b. Pembentukan Narasi dan Pengembangan *Storytelling*

Hari kedua berfokus pada penciptaan narasi dan pembentukan tokoh sebagai dasar *storytelling*. Peserta diminta membuat *key selling point*, tokoh, dan alur cerita. Dari tahapan ini terlihat peserta mampu menghasilkan karakter dan cerita sederhana; interaksi kelompok membantu proses diskusi dan narasumber dapat membimbing peserta menyusun logika cerita dan konsistensi karakter. Penyusunan tokoh dan alur cerita mengikuti prinsip *visual storytelling* yang umum digunakan dalam produksi film pendek, sebagaimana dijelaskan Katz dalam pembahasan tentang visualisasi konsep ke layar (Katz 79). Sesi *storytelling* sebelum praktik sinematografi terbukti penting untuk menjaga alur kreatif agar peserta tidak hanya fokus pada teknik, tetapi juga pada pesan dan tujuan visual.



**Gambar 3.** Bapak Armantono memberikan materi cerita dalam konten promosi. (Sumber: Darien F. Delovsky)

### Integrasi Materi Produksi dan Praktik Lapangan

#### a. Perencanaan Produksi & Pengambilan Gambar

Pada hari ketiga, materi mengenai perencanaan konten, *blocking*, *visual style*, hingga ide kreatif disampaikan. Peserta kemudian melakukan praktik *blocking* dengan bantuan narasumber. Praktik *blocking* yang diajarkan narasumber selaras dengan konsep *mise-en-scène* dan pengaturan ruang yang dijelaskan Rabiger dalam konteks penyutradaraan (Rabiger and Hurbis-Cherrier 112). Dengan praktik langsung, peserta dapat memahami pentingnya perencanaan *shot*, pengaturan posisi kamera, dan subjek semakin baik; koordinasi antar anggota kelompok mulai terbentuk.



**Gambar 4.** Para peserta menyampaikan ide untuk konten kepada Pak Subagyo (Sumber: Gideon Misael)

#### b. Pemanfaatan AI dan Teknologi Pendukung

*Artificial Intelligence* (AI) memperkaya pemahaman peserta tentang teknologi modern dalam produksi konten. Koordinator memastikan sesi ini ditempatkan setelah peserta memahami dasar visual sehingga tidak terjadi overload informasi. Sehingga peserta lebih siap menerima konsep baru dan diskusi terkait penggunaan AI dalam produksi konten berjalan efektif.



**Gambar 5.** Bapak Subadi menyampaikan materi tentang AI.

(Sumber: Darien F. Delovsky)

## Penguatan Kemampuan Teknis Audiovisual

### a. Sinematografi dan Tata Suara

Hari keempat berfokus pada pengenalan perekaman visual (*frame*, pergerakan kamera, *exposure*) dan perekaman suara (mikrofon *shotgun*, *wireless*, teknik *boom mic*). Dilanjutkan dengan peserta melakukan praktik rekaman di lingkungan Setu Babakan. Dengan praktik di lapangan, peserta memahami perbedaan kualitas audio dari berbagai jenis mikrofon, mampu menyesuaikan *exposure*, fokus, dan pergerakan kamera, serta lebih percaya diri dalam pengambilan gambar. Konsep ini mendukung pemahaman tentang kualitas audio sebagaimana dijelaskan Holman dalam sistem rekaman profesional (Holman 134). Praktik lapangan menjadi salah satu kunci dalam alur workshop karena memberikan transfer pengetahuan paling signifikan.



**Gambar 6.** Bapak Dedih memaparkan materi tentang sinematografi

(Sumber: Darien F. Delovsky)

### b. Editing dan Evaluasi Karya

Hari kelima adalah tahap finalisasi karya. Seluruh peserta mengedit video menggunakan *CapCut* dengan pendampingan narasumber. Para peserta mempelajari *trimming*, transisi sederhana,

penambahan teks, musik, dan elemen visual serta pembuatan *call to action*. Selama sesi *editing* menggunakan *CapCut*, peserta mempelajari dasar keterhubungan *shot* dan ritme potongan, sesuai prinsip *editing* yang dikemukakan Dancyger dalam teori penyuntingan film (Dancyger 54). Pada tahap evaluasi hasil karya, seluruh peserta dapat menyelesaikan video pendek berdurasi 3 menit dengan kualitas *editing* meningkat dari versi awal yang mereka buat; peserta mampu menghubungkan materi teori dan praktik secara terpadu. Sesi evaluasi karya hasil oleh narasumber dan koordinator menjadi bagian penting dalam menilai efektivitas alur workshop, karena setiap tahapan sebelumnya diuji melalui hasil karya akhir peserta.



Gambar 7. Bapak Hendry Gunawan memaparkan materi tentang editing video. (Sumber: Darien F. Delovsky)

### Pembahasan: Efektivitas Manajemen Alur oleh Koordinator

- a. Konsistensi Alur Pembelajaran Penerapan alur bertahap dari teori → konsep → produksi → *editing* menciptakan kesinambungan yang memudahkan peserta, terlihat dari minimnya

kebingungan peserta, aktifnya interaksi selama sesi praktik, dan meningkatnya kualitas karya.

- b. Penanganan Dinamika Peserta. Koordinator menghadapi beberapa kendala dalam pelaksanaan workshop, seperti peserta terlambat, peserta digantikan, peserta baru yang masuk di hari ketiga, dan perbedaan kemampuan masing-masing peserta. Hal ini memerlukan penanganan yang adaptif dan persuasif dengan melakukan briefing tambahan dan pendampingan teknis untuk membantu menjaga kelancaran kegiatan.
- c. Sinkronisasi Antar Narasumber. Keberagaman narasumber berpotensi menimbulkan tumpang tindih materi, maka diperlukan koordinasi yang baik untuk memastikan kesinambungan materi antar sesi. Sehingga tidak terjadi repetisi berlebihan, materi yang saling melengkapi, dan peserta dapat melihat keterkaitan antara fotografi–*storytelling*–sinematografi–*editing*.
- d. Efektivitas Praktik Lapangan. Praktik lapangan merupakan titik utama dalam peningkatan kemampuan peserta. Alur kegiatan yang dirancang menjadi transisi yang mulus dari teori menuju praktik sehingga peserta tidak sekadar menerima materi, tetapi langsung menerapkannya.



**Gambar 8.** Bapak Ferdiansyah memberikan umpan balik terhadap foto yang dibuat peserta. (Sumber: Darien F. Delovsky)

Tahap	Peran Koordinator	Output
Perencanaan	Menyusun jadwal, narasumber, logistik	Alur kegiatan siap
Orientasi	Mengatur ritme dan pengarahan awal	Peserta memahami struktur
Pengendalian Materi	Menjaga alur dan koheisi materi	Materi terstruktur

**Tabel 1.** Alur Manajemen Koordinator

## Dampak Workshop terhadap Kompetensi Peserta

Pelaksanaan workshop yang dilakukan sebanyak dua *batch* terlihat peserta mengalami peningkatan pemahaman teknis secara signifikan, mampu menghasilkan konten sesuai standar dasar produksi audiovisual, sanggup mengidentifikasi potensi budaya Setu Babakan dalam visual *storytelling*, serta berjejaring antar peserta, narasumber, dan pengelola kawasan semakin kuat. Efektivitas workshop tidak hanya diukur melalui hasil karya, tetapi juga melalui peningkatan kapasitas kreatif masyarakat yang menjadi target utama PKM.



**Gambar 9.** Pembagian sertifikat kepada peserta oleh Kusen Donny Hermansyah. (Sumber: Gideon Misael)

## SIMPULAN

Pelaksanaan Workshop Sinematografi “*Urban Frame Cinematic*” merupakan contoh nyata keberhasilan sebuah kegiatan pelatihan berbasis praktik yang sangat ditentukan oleh kemampuan koordinator dalam menjaga alur kegiatan secara sistematis, terukur, dan proporsional. Rangkaian kegiatan yang dimulai dari materi dasar fotografi, penyusunan narasi, perencanaan produksi, praktik sinematografi, tata suara, hingga *editing* membuktikan bahwa dengan alur yang terstruktur mampu membantu peserta memahami hubungan antara teori dan praktik secara bertahap. Koordinator berperan penting dalam memastikan kesinambungan pembelajaran, mulai dari sinkronisasi materi antar narasumber, pengelolaan dinamika peserta yang beragam, hingga pengaturan ritme praktik lapangan. Efektivitas pengelolaan alur ini tercermin dari peningkatan kualitas karya peserta, meningkatnya pemahaman teknis audiovisual, serta munculnya kemampuan peserta dalam menerapkan konsep visual *storytelling* berdasarkan potensi lingkungan budaya Setu Babakan. Secara keseluruhan,

alur workshop yang dikelola dengan baik menghasilkan proses pembelajaran yang lebih inklusif, adaptif, dan produktif. Hal ini tidak hanya memperkuat kompetensi peserta dalam bidang sinematografi dasar tetapi juga menunjukkan keberhasilan dalam penyelenggaraan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbasis seni dan media kreatif. Kedepannya perlu adanya dokumen standar alur workshop (Standard Flow Module) yang mencakup: tahapan teori, urutan praktik, durasi optimal, dan indikator pencapaian peserta. Modul ini akan memudahkan replikasi kegiatan di berbagai lokasi dengan peserta berbeda. Mempertimbangkan kembali waktu praktik lapangan untuk diperpanjang. Karena praktik merupakan bagian yang paling signifikan dalam meningkatkan kemampuan peserta, alokasi waktu praktik disarankan lebih besar, misalnya menambah sesi khusus untuk eksplorasi visual dan perekaman suara. Memperkuat kembali pendampingan tambahan teknis kepada peserta yang memiliki pemahaman berbeda pada sesi-sesi tertentu (misalnya *blocking*, sinematografi, dan *editing*). Penambahan asisten teknis atau tutor lapangan sangat membantu pemerataan kualitas belajar. Integrasi teknologi digital dan AI perlu diperluas agar menarik dan relevan. Sesi AI dapat ditambah untuk mencakup: stabilisasi video, *color grading* otomatis, dan penulisan naskah berbasis AI untuk mendukung kreativitas peserta. Melakukan kolaborasi lanjutan dengan komunitas lokal agar dampak PKM lebih terasa dengan dibentuk program lanjutan seperti klinik *editing*, kelompok belajar film, atau kompetisi video berbasis budaya Betawi. Hal ini akan memperkuat

ekosistem kreatif di kawasan Setu Babakan.

## KEPUSTAKAAN

Bordwell, David, and Kristin Thompson. *Film Art*. McGraw-Hill, 2019.

Brown, Blain. *Cinematography: Theory and Practice*. Routledge, 2016.

Caffarella, Rosemary S., and Sandra Ratcliff Daffron. *Planning Programs for Adult Learners*. Jossey-Bass, 2013.

Dancyger, Ken. *The Technique of Film and Video Editing*. Routledge, 2018.

Holman, Tomlinson. *Sound for Film and Television*. Routledge, 2017.

Katz, Steven. *Film Directing Shot by Shot*. Michael Wiese Productions, 1991.

Kolb, David. *Experiential Learning*. Prentice Hall, 1984.

Laporan Kegiatan Workshop Sinematografi “Urban Frame Cinematic”, 2025

Mascelli, Joseph. *The Five C's of Cinematography*. Silman-James Press, 1998.

Rabiger, Michael, and Mick Hurbis-Cherrier. *Directing: Film Techniques and Aesthetics*. Routledge, 2020.

Thompson, Roy, and Christopher Bowen. *Grammar of the Shot*. Focal Press, 2019.

## **Pemanfaatan AI dan *Foto Story* dalam Program *Urban Frame* Sinematik: Pemberdayaan Peserta Melalui Pengolahan Foto Berbasis AI dan Penyusunan Narasi Visual dalam Konteks Lingkungan Urban**

**Adji Cahyono**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: adjicahyono@ikj.ac.id

**Amran Malik Hakim**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: amranmalik@ikj.ac.id

**Ferdiansyah**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: ferdiansyah@ikj.ac.id

### **ABSTRACT**

*The Urban Frame Sinematic program was implemented to enhance visual literacy among the Babakan community, particularly in the use of digital technology and the development of narrative photography skills. The activity addressed limited public understanding of artificial intelligence (AI) for photo editing and low competency in creating meaningful photo stories as visual documentation. Conducted over two weeks, the program applied an experiential learning approach that included AI-based photo editing demonstrations, field photography practice, and the development of photo story sequences. The results indicate improved participant abilities in utilizing AI for photo processing and constructing structured visual narratives, contributing to the strengthening of community creative capacity in producing urban-relevant visual content.*

**Keywords:** *photography, artificial intelligence, visual literacy, photo story, urban frame.*

### **ABSTRAK**

*Kegiatan Urban Frame Sinematik dilaksanakan untuk meningkatkan literasi visual masyarakat Babakan, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan penguatan keterampilan fotografi naratif. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh terbatasnya pemahaman peserta mengenai penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam penyuntingan foto serta rendahnya kemampuan penyusunan photo story sebagai dokumentasi visual yang bermakna. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua minggu dengan pendekatan experiential learning, meliputi demonstrasi penggunaan AI, praktik pengambilan gambar di lapangan, dan penyusunan rangkaian foto story. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam mengolah foto berbasis AI dan menyusun narasi visual yang terstruktur, serta berkontribusi pada penguatan kapasitas kreatif masyarakat dalam memproduksi konten visual sesuai konteks urban.*

**Kata Kunci:** *fotografi, kecerdasan buatan, literasi visual, foto story, urban frame.*

## PENDAHULUAN

*Urban frame* adalah cara memandang, menangkap, dan membingkai elemen-elemen kehidupan kota melalui medium visual khususnya foto atau video. Konsep ini menekankan bagaimana fotografer menggunakan *frame* (bingkai) untuk menyoroti dinamika ruang urban seperti aktivitas masyarakat, arsitektur, pola gerak, budaya lokal, serta suasana khas perkotaan.

Kegiatan *Urban Frame Sinematik* merupakan salah satu program pemberdayaan berbasis literasi visual yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memahami, memproduksi, dan mengolah karya visual yang relevan dengan dinamika kehidupan urban. Dalam konteks budaya visual yang berkembang pesat saat ini, masyarakat tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen konten yang aktif. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengolah gambar, menyusun narasi visual, serta memanfaatkan teknologi digital menjadi kebutuhan penting untuk mendukung komunikasi, edukasi, maupun dokumentasi sosial.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) membawa perubahan signifikan dalam praktik fotografi kontemporer. AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai medium kreatif yang mampu menyederhanakan alur kerja, mempercepat proses pengolahan foto, dan menghasilkan komposisi visual yang lebih konsisten dan menarik. Di tengah maraknya penggunaan media sosial sebagai ruang publikasi karya visual, kemampuan memanfaatkan teknologi AI menjadi salah satu kompetensi yang

perlu diperkenalkan kepada masyarakat agar dapat beradaptasi dengan standar produksi visual masa kini. Pelatihan ini memberikan ruang bagi peserta untuk memahami bagaimana teknologi tersebut dapat digunakan secara efektif tanpa menghilangkan esensi kreativitas dan kepekaan fotografi.

Selain aspek teknis, *Urban Frame Sinematik* juga memberikan perhatian pada penguatan kemampuan peserta dalam menyusun narasi visual melalui pendekatan *foto story*. *Foto story* merupakan metode dokumentasi yang tidak hanya menonjolkan aspek estetika, tetapi juga memuat nilai-nilai naratif yang menggambarkan kehidupan, peristiwa, serta realitas sosial di lingkungan sekitar. Melalui pendekatan ini, peserta diajak untuk mengembangkan kepekaan observasi, kemampuan bercerita, serta keterampilan mengorganisasi rangkaian foto agar mampu menyampaikan pesan yang utuh dan bermakna. Pilihan Babakan sebagai lokasi kegiatan memberikan ruang kontekstual bagi peserta untuk mengeksplorasi dinamika masyarakat, aktivitas harian, dan situasi lingkungan yang menjadi bagian dari kehidupan urban.

Kegiatan berlangsung selama dua minggu dengan pola pertemuan setiap hari Senin atau 2 *batch*, di mana masing-masing sesi difokuskan pada pendalaman materi yang berbeda. Batch pertama diarahkan pada pemanfaatan AI dalam pengolahan foto dan pembuatan konten visual yang siap dipublikasikan. Pada *batch* kedua, peserta melakukan praktik penyusunan *foto story* dengan memotret langsung di lingkungan Babakan

dan mengunggah hasil observasinya sebagai bentuk dokumentasi naratif. Pendekatan bertahap ini bertujuan untuk tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola pikir visual yang lebih reflektif, sistematis, dan komunikatif.

Secara keseluruhan, pelaksanaan *Urban Frame Sinematik* diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, memperluas pemahaman mengenai peran teknologi dalam praktik fotografi, serta menumbuhkan kemampuan naratif melalui media visual. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjadi ruang pembelajaran teknis, tetapi juga sarana penguatan kapasitas kreatif dan dokumentatif masyarakat dalam memaknai lingkungan urban tempat mereka hidup.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan *Urban Frame* disusun untuk mendukung proses pemberdayaan masyarakat agar berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Metode ini meliputi perencanaan lokasi dan waktu pelaksanaan, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi hasil pembelajaran peserta. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang untuk meningkatkan literasi visual masyarakat melalui praktik fotografi, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan narasi visual berbasis *photo story*.

Kegiatan dilaksanakan di lingkungan Babakan sebagai wilayah dengan aktivitas sosial dan budaya yang beragam. Pemilihan lokasi ini

bertujuan memberikan pengalaman observasi langsung kepada peserta sekaligus menjadi konteks nyata dalam praktik pengambilan gambar dan penyusunan narasi visual. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua minggu dengan pertemuan rutin setiap hari Senin, sehingga peserta memiliki waktu yang cukup untuk praktik mandiri dan penguatan materi di luar sesi pelatihan.

Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam dua tahap utama. Tahap pertama difokuskan pada pengenalan dan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam pengolahan foto. Materi disampaikan melalui demonstrasi penggunaan aplikasi berbasis AI untuk meningkatkan kualitas visual, melakukan penyuntingan sederhana, dan menyiapkan konten foto yang siap dipublikasikan. Peserta kemudian melakukan praktik langsung menggunakan foto yang diambil dari lingkungan sekitar lokasi kegiatan.

Tahap kedua difokuskan pada penyusunan *photo story* sebagai bentuk dokumentasi visual yang terstruktur. Peserta diberikan materi dasar fotografi yang relevan dengan kebutuhan UMKM dan kegiatan budaya lokal, meliputi fungsi fotografi sebagai media komunikasi visual, pengenalan karakteristik foto yang informatif, serta contoh penerapan foto seri. Materi ini bertujuan membantu peserta memahami peran fotografi dalam memperkuat identitas visual produk dan aktivitas budaya masyarakat.

Pada tahap ini, peserta juga dilatih menggunakan teknik dasar fotografi dengan perangkat telepon genggam. Materi meliputi pengenalan komposisi dasar, variasi sudut

pengambilan gambar, serta pemanfaatan cahaya alami untuk menghasilkan foto yang lebih jelas dan menarik. Peserta mempraktikkan teknik tersebut secara langsung melalui pengambilan gambar aktivitas UMKM dan budaya lokal di lingkungan Babakan.

Sebagai penutup, peserta dibekali dengan materi penyusunan narasi visual, penulisan caption, serta penyuntingan dan publikasi karya. Peserta diperkenalkan pada aplikasi penyuntingan foto sederhana dan diarahkan untuk menyesuaikan format unggahan sesuai kebutuhan media sosial. Evaluasi dilakukan melalui penilaian hasil karya foto dan *photo story* peserta, yang menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyusun dokumentasi visual yang informatif dan relevan dengan konteks lingkungan setempat.

## TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan *Urban Frame Sinematik* disesuaikan dengan karakter kegiatan workshop fotografi dan pendekatan pemberdayaan masyarakat. Data dikumpulkan untuk mendukung proses evaluasi pelaksanaan kegiatan serta mengukur capaian pembelajaran peserta secara kualitatif melalui hasil praktik dan keterlibatan selama program berlangsung.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi visual terhadap seluruh rangkaian kegiatan pada kedua batch pelatihan. Dokumentasi berupa foto dan video mencakup proses pengambilan gambar, kegiatan penyuntingan

foto, sesi pemaparan materi, diskusi, serta praktik lapangan di kawasan Situ Babakan. Dokumentasi ini berfungsi sebagai data pendukung untuk merekam proses pembelajaran dan aktivitas peserta selama kegiatan berlangsung.

Selain dokumentasi visual, data juga diperoleh melalui portofolio karya peserta. Pada batch pertama, portofolio berupa hasil foto yang diambil menggunakan perangkat telepon genggam dan diedit dengan aplikasi berbasis kecerdasan buatan, yang menunjukkan kemampuan peserta dalam menghasilkan foto siap publikasi untuk kebutuhan pemuda adat Betawi, UMKM, dan masyarakat umum. Pada *batch* kedua, portofolio berupa karya *photo story* yang terdiri dari lima foto saling terhubung dan menggambarkan aktivitas, tempat, atau proses budaya di Situ Babakan. Karya tersebut dikumpulkan melalui unggahan Instagram peserta dengan menggunakan tagar *#fotostorysitubabakan*.

Teknik observasi lapangan juga digunakan selama kegiatan praktik fotografi di kawasan Situ Babakan. Observasi dilakukan untuk menilai kemampuan peserta dalam memanfaatkan elemen ruang urban, objek budaya Betawi, serta aktivitas UMKM sebagai objek dokumentasi visual. Pengamatan difokuskan pada penerapan teknik fotografi, komposisi, dan keterkaitan visual antar foto yang dihasilkan.

Data tambahan diperoleh melalui analisis unggahan media sosial peserta. Evaluasi dilakukan dengan mengamati unggahan menggunakan tagar *#fotostorysitubabakan* untuk menilai konsistensi publikasi, keterpaduan narasi visual, kualitas

estetika foto, serta respons audiens terhadap karya yang dipublikasikan.

Selanjutnya, catatan lapangan dan diskusi kelompok digunakan sebagai sumber data reflektif. Catatan ini disusun berdasarkan interaksi selama pelatihan, tingkat pemahaman peserta terhadap materi, dinamika kelompok, serta temuan terkait cara peserta merepresentasikan aktivitas dan budaya Betawi dalam karya visual mereka. Data ini berfungsi untuk melengkapi hasil dokumentasi dan portofolio dalam mengevaluasi capaian kegiatan secara menyeluruh.

## LANGKAH PELAKSANAAN

Langkah pelaksanaan kegiatan *Urban Frame Sinematik* dibagi ke dalam dua *batch* utama yang saling melengkapi, yaitu pelatihan pengolahan foto berbasis kecerdasan buatan dan penyusunan *picture story*. Pembagian ini dilakukan untuk memastikan peserta memperoleh pemahaman teknis sekaligus kemampuan naratif dalam memproduksi karya visual yang relevan dengan konteks budaya dan UMKM di kawasan Situ Babakan.

Pada *batch* pertama, kegiatan diawali dengan orientasi dan pengenalan program. Peserta diberikan penjelasan mengenai tujuan kegiatan, peran fotografi digital dalam mendukung publikasi budaya Betawi dan UMKM, serta pentingnya visual berkualitas dalam konteks media sosial. Tahap ini bertujuan membangun pemahaman awal mengenai fungsi fotografi sebagai media komunikasi visual yang efektif dan kontekstual.

Selanjutnya, peserta melakukan praktik pengambilan foto menggunakan perangkat telepon genggam di lingkungan Situ Babakan. Objek pemotretan meliputi aktivitas masyarakat, kuliner Betawi, ruang publik, serta kegiatan UMKM lokal. Kegiatan ini dirancang untuk melatih kepekaan visual peserta terhadap lingkungan sekitar sekaligus menghasilkan bahan foto yang akan digunakan pada tahap penyuntingan.

Tahap berikutnya adalah pengenalan dan demonstrasi penggunaan aplikasi *PhotoRoom* sebagai alat penyuntingan foto berbasis kecerdasan buatan. Pemateri menjelaskan berbagai fitur utama, seperti pemotongan otomatis objek, penggantian latar belakang, pengaturan tata letak, penyesuaian warna dan cahaya, serta penggunaan *template* siap publikasi untuk media sosial. Peserta kemudian melakukan praktik penyuntingan secara mandiri dengan tujuan menghasilkan foto yang lebih rapi, profesional, dan siap unggah.

Kegiatan *batch* pertama ditutup dengan sesi peninjauan karya peserta. Hasil foto dianalisis secara bersama berdasarkan aspek komposisi, kejelasan subjek, kesesuaian estetika dengan konteks budaya Betawi, serta kesiapan visual untuk kebutuhan publikasi UMKM dan pemuda adat. Umpan balik diberikan sebagai bagian dari proses evaluasi dan penguatan pembelajaran.

*Batch* kedua difokuskan pada pembuatan *picture story* sebagai bentuk narasi visual. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai foto seri dan *storytelling* visual, termasuk pengenalan struktur EDFAT, prinsip komposisi dasar, serta teknik membangun alur

cerita melalui rangkaian gambar. Materi ini bertujuan membekali peserta dengan kerangka berpikir naratif dalam menyusun foto yang saling terhubung.

Pada tahap praktik lapangan, peserta melakukan eksplorasi kawasan Situ Babakan untuk mengambil lima foto yang saling berkaitan dan merepresentasikan tema tertentu, seperti aktivitas budaya Betawi, jajanan lokal, pelaku UMKM, suasana kampung adat, atau proses produksi kerajinan dan kuliner tradisional. Foto-foto tersebut kemudian disusun menjadi satu rangkaian cerita visual yang menonjolkan nilai sosial dan budaya setempat.

Tahap selanjutnya adalah publikasi karya melalui media sosial Instagram. Peserta diarahkan untuk mengunggah hasil *picture story* dengan menggunakan tagar *#fotostorysitubabakan*. Penggunaan tagar ini bertujuan memudahkan pelacakan karya, membentuk ruang dokumentasi bersama, serta mengarsipkan aktivitas budaya dan UMKM melalui kontribusi visual peserta.

Sebagai tindak lanjut, peserta didorong untuk menjaga konsistensi unggahan karya meskipun kegiatan pelatihan telah selesai. Upaya ini dimaksudkan untuk membiasakan praktik literasi visual secara berkelanjutan serta mendukung pembentukan identitas digital kawasan Situ Babakan. Kegiatan *batch* kedua ditutup dengan sesi peninjauan karya, dengan penilaian yang mencakup alur cerita, estetika visual, relevansi budaya, dan kejelasan pesan yang disampaikan melalui rangkaian foto.

## MONITORING DAN EVALUASI

Monitoring dan evaluasi kegiatan Urban Frame Sinematik dilaksanakan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan pelatihan serta capaian pembelajaran peserta. Proses ini dirancang untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan program, sekaligus menjadi dasar penilaian terhadap peningkatan kompetensi peserta dalam bidang fotografi dan literasi visual.

Monitoring kegiatan dilakukan secara berkelanjutan selama pelatihan berlangsung. Pengawasan dilakukan melalui pendampingan langsung pada sesi praktik pemotretan dan penyuntingan foto berbasis kecerdasan buatan, serta bimbingan dalam proses penyusunan *picture story*. Selain itu, tim pelaksana memantau unggahan karya peserta di media sosial Instagram melalui penggunaan tagar *#fotostorysitubabakan* dan melakukan interaksi intensif dalam sesi diskusi serta peninjauan karya untuk mengamati perkembangan kemampuan peserta.

Evaluasi pada *batch* pertama difokuskan pada kemampuan teknis peserta dalam menghasilkan foto berkualitas menggunakan perangkat telepon genggam. Penilaian mencakup kemampuan memanfaatkan aplikasi AI *PhotoRoom* untuk melakukan penyuntingan foto secara cepat dan efisien, serta kesiapan visual karya untuk kebutuhan publikasi, khususnya dalam konteks promosi budaya Betawi dan kegiatan UMKM.

Evaluasi pada *batch* kedua diarahkan pada aspek naratif dan konseptual karya visual peserta. Penilaian dilakukan terhadap struktur cerita

dalam foto seri, konsistensi visual antar foto, serta kekuatan *storytelling* dalam mengangkat aktivitas dan nilai budaya Betawi melalui dokumentasi visual yang dihasilkan peserta.

Evaluasi akhir dilakukan untuk melihat dampak lanjutan dari kegiatan pelatihan. Aspek yang dinilai meliputi peningkatan kompetensi fotografi peserta secara umum, tingkat partisipasi dalam pembentukan arsip visual kawasan Babakan, serta kontribusi karya peserta terhadap pelestarian budaya Betawi dan promosi UMKM lokal. Selain itu, evaluasi juga mencatat terbentuknya komunitas kecil berbasis media sosial melalui penggunaan tagar *#fotostorysitubabakan* dan meningkatnya motivasi peserta untuk terus memproduksi karya visual secara mandiri setelah kegiatan pelatihan berakhir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan *Urban Frame Sinematik* yang berlokasi di Babakan memberikan gambaran menyeluruh mengenai peningkatan kompetensi peserta dalam fotografi sekaligus membuka ruang pemaknaan baru terhadap lingkungan urban yang sarat unsur budaya Betawi. Babakan merupakan wilayah dengan karakter budaya yang masih kuat, ditandai oleh keberadaan kuliner khas, aktivitas warga, hingga bangunan yang merefleksikan identitas lokal. Kegiatan yang berlangsung selama dua minggu tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan teknis fotografi peserta, tetapi juga mendorong mereka untuk membaca, menangkap, dan menginterpretasikan identitas budaya Betawi

dalam konteks visual. Antusiasme peserta terlihat sejak pertemuan pertama, terutama karena pendekatan pembelajaran yang menggabungkan teori komposisi, teknologi AI, dan eksplorasi budaya lokal di ruang publik.

Penggunaan aplikasi berbasis kecerdasan buatan seperti *PhotoRoom* pada *Batch 1* memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas visual karya peserta. Proses otomatis seperti perbaikan warna, peningkatan kontras, penghapusan latar, hingga penataan ulang komposisi terbukti membantu peserta—baik pemuda adat Betawi, UMKM, maupun masyarakat umum—untuk menghasilkan foto yang lebih rapi dan siap publikasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Chen et al. (2018) yang menjelaskan bahwa model *image-to-image translation* berbasis *deep learning* mampu meningkatkan kualitas foto secara otomatis sehingga mempermudah pengguna yang tidak memiliki keterampilan *editing* profesional.

Selain itu, kemampuan *PhotoRoom* melakukan peningkatan gambar secara cepat pada perangkat *mobile* menunjukkan relevansi dengan penelitian Gharbi et al. (2017) tentang *deep bilateral learning*, yang memungkinkan proses *editing real-time* dengan hasil yang tetap optimal. Dampak teknologi ini terasa langsung pada peserta yang membutuhkan efisiensi waktu dan hasil visual yang konsisten, terutama bagi UMKM yang memanfaatkan foto sebagai media promosi. Karena hambatan teknis berkurang, peserta dapat lebih fokus pada pemilihan sudut pandang, pencahayaan, serta pesan visual yang

ingin disampaikan.



**Gambar 1.** Pemaparan materi fotografi dan editing menggunakan AI oleh Bapak Ferdiansyah M.Sn. (Sumber: Darien F. Delovsky)



**Gambar 2.** Aplikasi yang digunakan peserta dalam mengolah foto meta menjadi siap publish dengan bantuan AI (Sumber: Google gambar)

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep *urban frame*, khususnya dalam memanfaatkan elemen-elemen budaya Betawi sebagai bagian dari struktur komposisi visual. Pada sesi awal, sebagian besar peserta belum mampu mengidentifikasi potensi elemen budaya sebagai *visual cue*—misalnya ornamen Betawi, kuliner khas seperti kerak telur dan bir pletok, atau aktivitas masyarakat seperti latihan silat atau pertunjukan musik gamelan Betawi. Setelah mendapatkan penjelasan dan contoh penerapan, peserta mulai menyadari bahwa elemen lokal ini tidak hanya memperkaya nilai estetika foto, tetapi

juga menjadi bagian penting dari narasi visual yang menampilkan kekhasan ruang Babakan. Pemanfaatan teknologi AI juga membantu peserta menyusun *layout* foto yang lebih menarik, menonjolkan warna-warna hangat yang selaras dengan karakter visual Betawi.

Pada praktik lapangan minggu kedua, peserta diminta membuat rangkaian *foto story* minimal lima foto dengan tema kehidupan di Babakan. Karya-karya yang dihasilkan memperlihatkan perkembangan signifikan, baik dalam aspek teknis maupun kemampuan membaca budaya lokal. Banyak peserta menangkap interaksi warga dengan unsur budaya Betawi, seperti aktivitas UMKM yang menjual jajanan khas, pedagang kecil yang mempertahankan resep tradisional, hingga suasana lingkungan yang menunjukkan keberlanjutan identitas lokal di tengah perkembangan urban. Beberapa foto menampilkan keseharian masyarakat yang secara tidak langsung mendukung pelestarian budaya, seperti penggunaan pakaian adat pada acara tertentu atau bentuk bangunan yang mempertahankan ciri khas Betawi. Unsur-unsur tersebut memperkuat *storytelling* dan memberikan konteks sosial budaya yang lebih kaya bagi foto yang dihasilkan.



**Gambar 3.** Foto-foto yang diupload oleh peserta dengan tagar #fotostorysetubabakan. (Sumber: Instagram)

Secara analitis, temuan ini selaras dengan teori *urban cultural landscape* yang menyatakan bahwa ruang kota adalah medan tempat berjalannya narasi identitas lokal (Lynch, 1996; Rose, 2016). Kehadiran budaya Betawi di Babakan menjadi komponen visual yang tidak terpisahkan dari proses pemotretan. Peserta mampu menerapkan prinsip pendekatan sinematik, seperti penggunaan *depth*, *leading lines*, dan komposisi berlapis untuk menonjolkan elemen budaya dan aktivitas masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik lapangan, diskusi intensif, dan review karya mampu meningkatkan kepekaan visual peserta terhadap konteks budaya.

Selain peningkatan kemampuan teknis, kegiatan ini juga memberikan dampak sosial yang positif. Dokumentasi visual yang dihasilkan peserta dapat berfungsi sebagai media promosi bagi UMKM lokal, terutama mereka yang menjual makanan khas Betawi. Foto-foto tersebut dapat memperkuat identitas kearifan lokal serta mendukung kegiatan pelestari budaya, seperti komunitas seni Betawi yang rutin mengadakan latihan atau pertunjukan kecil di ruang publik. Dalam jangka panjang, keberadaan dokumentasi

visual berkualitas ini berpotensi membantu pengembangan ekonomi kreatif lokal, memperkuat narasi identitas Betawi di Babakan, dan membuka peluang kerja sama antara penggerak budaya, UMKM, serta akademisi.

Secara keseluruhan, kegiatan *Urban Frame Sinematik* tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan fotografi peserta, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya membaca ruang urban sebagai representasi budaya lokal. Keterpaduan antara teori, eksplorasi budaya Betawi, serta penerapan teknologi modern seperti AI menjadikan kegiatan ini sebagai bentuk praktik pembelajaran yang holistik dan relevan dengan perkembangan masyarakat serta kebutuhan era digital.

## SIMPULAN

Kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan identitas kawasan Babakan Setu melalui pendekatan urban frame berbasis budaya Betawi mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi lokal yang selama ini kurang terangkat. Kolaborasi antara pelaku budaya, UMKM kuliner Betawi, serta masyarakat umum menghasilkan ruang interaksi yang lebih hidup, terstruktur, dan mudah dipahami oleh pengunjung. Pendekatan visual dan tata ruang yang lebih informatif juga membantu memperkuat citra kawasan sebagai ruang budaya yang inklusif. Temuan ini menegaskan bahwa pelestarian budaya tidak hanya bergantung pada aktivitas seni, tetapi juga pada bagaimana ruangnya ditata agar mendukung pertumbuhan ekonomi dan

keterlibatan sosial warga.

## KEPUSTAKAAN

Chen, J., Chen, J., Chao, H., & Yang, M. (2018). *Image-to-image translation for photo enhancement*. IEEE.

Gharbi, M., Chaurasia, G., Paris, S., & Durand, F. (2017). *Deep bilateral learning for real-time image enhancement*. ACM.

Lynch, K. (1996). *The Image of the City*. MIT Press.

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* (4th ed.). SAGE Publications.



## ***Storytelling sebagai Fondasi Kreatif Konten Promosi Efektif dalam Workshop Urban Frame Cinematic Setu Babakan: Proses memahami key selling point, desain karakter, dan narasi dalam praktik kreatif konten promosi.***

**Diva Eureka**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: divaeureka@ikj.ac.id

**RB. Armantono**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: armantono@ikj.ac.id

### **ABSTRACT**

*This article discusses the second-day session of the Urban Frame Cinematic workshop, which focused on the application of storytelling in promotional content creation. The main issue addressed is the tendency of participants, particularly small business owners, to overlook the importance of character and narrative as foundations of the creative process. The session emphasized storytelling as a key element of visual communication, outlining stages that include identifying key selling points, character development, and constructing coherent narratives. Through an interactive approach, participants were guided to understand basic storytelling structures and apply them to develop more effective and sustainable promotional content.*

**Keywords:** *storytelling, character, narrative, promotional content, key selling point.*

### **ABSTRAK**

*Artikel ini membahas sesi hari kedua workshop Urban Frame Cinematic yang berfokus pada penerapan storytelling dalam pembuatan konten promosi. Permasalahan yang diangkat adalah kecenderungan pelaku UMKM mengabaikan peran karakter dan narasi dalam proses kreatif, padahal keduanya berfungsi sebagai fondasi keterhubungan audiens dengan konten. Sesi ini menekankan pentingnya narasi sebagai bentuk komunikasi visual, dengan tahapan penyusunan cerita yang meliputi penentuan key selling point, perancangan karakter, dan pembangunan alur narasi yang koheren. Melalui pendekatan interaktif, peserta diarahkan untuk memahami struktur dasar cerita dan mengaplikasikannya dalam pengembangan konten promosi yang lebih efektif dan berkelanjutan.*

**Kata Kunci:** *storytelling, karakter, narasi, konten promosi, key selling point.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah membuka peluang yang semakin luas bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka, baik berupa barang maupun jasa. Kebutuhan akan strategi promosi yang efektif kini tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha kecil dan menengah, tetapi juga oleh instansi pemerintah yang mengelola kawasan budaya dan destinasi wisata. Dalam konteks ini, *Workshop Urban Frame Cinematic Setu Babakan* diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan para pengelola maupun pelaku usaha di Desa Budaya Setu Babakan dalam memproduksi konten promosi yang mampu menampilkan keunikan kawasan tersebut serta produk-produk yang ditawarkan.

Melalui penguatan kemampuan dalam membuat konten visual yang komunikatif, kreatif, dan sesuai dengan karakter penonton, diharapkan kawasan budaya Setu Babakan sebagai salah satu pusat budaya Betawi dapat semakin dikenal oleh masyarakat luas. Promosi yang tepat sasaran tidak hanya berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisata, tetapi juga dapat mendorong meningkatnya penjualan berbagai produk lokal yang menjadi bagian penting dari identitas budaya kawasan ini.

Meskipun peralatan untuk memproduksi konten media sosial kini semakin mudah diakses dan tersedia dengan harga terjangkau, banyak pembuat konten pemula masih menitikberatkan perhatian pada aspek teknis semata, seperti kualitas audio-visual dan durasi video. Akibatnya, aspek yang lebih mendasar, yakni kemampuan

membingkai pesan promosi melalui cerita sering belum disadari sepenuhnya. Padahal, dalam konteks promosi produk maupun destinasi budaya, kemampuan merancang cerita yang kuat merupakan elemen inti dalam menciptakan konten yang mudah dikenali, diingat, dan diapresiasi oleh audiens.

Cerita yang disusun dengan struktur yang jelas dan karakter yang relevan tidak hanya memperkuat identitas pesan, tetapi juga menciptakan pengalaman emosional yang lebih mendalam bagi penonton. Keterikatan emosional inilah yang berperan besar dalam mendorong audiens untuk mengambil tindakan, termasuk berkunjung ke kawasan budaya Setu Babakan serta membeli produk-produk yang ditawarkan. Dengan demikian, penguasaan penceritaan (*storytelling*) menjadi fondasi penting yang melengkapi aspek teknis dalam produksi konten promosi yang efektif.

Kemampuan bercerita menjadi elemen yang sangat penting dalam komunikasi visual karena pada dasarnya manusia adalah makhluk yang memahami dunia melalui narasi. Walter R. Fisher menyebut manusia sebagai *homo narrans*, yakni makhluk pencerita yang menafsirkan pengalaman, menyusun makna, dan membangun hubungan sosial melalui cerita. Dalam kerangka ini, narasi tidak sekadar alat penyampai informasi, tetapi juga medium kognitif dan emosional yang membantu audiens mengenali pola, memahami pesan, serta merasakan kedekatan dengan apa yang ditampilkan.

Oleh karena itu, pendekatan berbasis naratif menjadi fondasi yang esensial dalam produksi konten visual yang efektif. Ketika sebuah cerita disusun dengan struktur yang kuat, relevan dengan kebutuhan audiens, dan menghadirkan karakter yang mampu mewakili ide atau produk yang ingin disampaikan, maka cerita tersebut berpotensi menjadi jembatan yang menghubungkan pesan dengan pengalaman personal penonton. Narasi yang tertata dengan baik bukan hanya memudahkan penonton mengikuti alur pesan, tetapi juga memperkuat daya ingat, meningkatkan empati, dan mendorong keterlibatan emosional. Dengan demikian, penguasaan teknik penceritaan tidak hanya menjadi pelengkap aspek teknis produksi, melainkan landasan yang menentukan keberhasilan komunikasi visual dalam konteks promosi.

Merespons kebutuhan untuk meningkatkan kualitas konten promosi yang lebih kreatif dan efektif, salah satu sesi dari rangkaian workshop *Urban Frame Cinematic* di Setu Babakan dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai proses kreatif pembuatan konten berbasis naratif. Salah satu aspek penting dalam workshop ini adalah sesi mengenai *storytelling*, yang menjadi dasar dalam merancang konten visual yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga komunikatif dan persuasif.

Sesi *storytelling* diawali dengan kegiatan mengidentifikasi *key selling point* dari produk maupun destinasi budaya yang akan dipromosikan. *Key selling point* merupakan inti daya tarik utama yang menonjolkan ciri khas serta keunggulan yang

membedakan produk tersebut dari produk sejenis lainnya. Dalam konteks promosi destinasi budaya seperti Setu Babakan, *key selling point* dapat berupa kekhasan budaya Betawi, pengalaman yang hanya dapat ditemukan di kawasan tersebut, atau produk lokal yang memiliki nilai tradisi.

Identifikasi *key selling point* menjadi tahap fundamental karena elemen inilah yang akan menentukan arah, fokus, dan konsistensi cerita yang dibangun. Tanpa pemahaman yang jelas mengenai apa yang ingin ditonjolkan, pesan cerita dapat menjadi kabur atau tidak memiliki kekuatan persuasif yang memadai. Dengan menentukan inti daya tarik sejak awal, pembuat konten dapat mengembangkan narasi yang lebih terarah, mudah diingat, dan mampu membangun hubungan emosional dengan audiens. Tahap ini juga memudahkan proses visualisasi, pemilihan karakter, penyusunan alur, hingga penentuan gaya penceritaan yang paling sesuai dengan tujuan promosi.

Setelah peserta workshop memahami cara menentukan *key selling point*, langkah berikutnya adalah memperkenalkan mereka pada proses menciptakan karakter yang akan menjadi penyampai pesan utama dalam konten. Karakter memegang peran penting karena merekalah yang membawa cerita, membangun kedekatan emosional dengan penonton, serta merepresentasikan nilai atau identitas produk yang ingin dipromosikan. Dalam merancang karakter, peserta diajak mempertimbangkan tiga dimensi utama: fisik, psikis, dan sosiologis. Ketiga dimensi ini harus dirangkai secara konsisten

agar karakter tampak hidup dan autentik. Dalam konteks Setu Babakan sebagai desa budaya Betawi, karakter yang diciptakan diharapkan mampu merepresentasikan kekayaan budaya Betawi, baik melalui perilaku, gaya bicara, nilai-nilai kehidupan, maupun aktivitas sehari-hari mereka. Dengan demikian, karakter tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan audiens dengan identitas budaya Setu Babakan, sehingga pesan promosi dapat tersampaikan dengan lebih berkesan.

Tahapan berikutnya dalam proses *storytelling* menekankan bahwa setiap cerita selalu digerakkan oleh problem yang dialami tokoh. Masalah inilah yang menjadi pemicu atau pendorong utama bergulirnya cerita. Melalui problem yang dialami tokoh, pembuat konten dapat memperlihatkan bahwa produk atau destinasi budaya yang dipromosikan berfungsi sebagai bagian dari solusi, pendukung perjalanan tokoh, atau elemen yang memperkaya pengalaman karakter dalam cerita. Dengan cara ini, pesan promosi tidak disampaikan secara langsung, tetapi mengalir melalui perkembangan alur dan tindakan tokoh. Pendekatan ini lebih efektif dalam membangun keterhubungan emosional, sekaligus membuat audiens memahami manfaat atau keunikan produk melalui pengalaman karakter. Alur yang dibangun dari problem menuju penyelesaian juga membantu memperkuat struktur cerita sehingga konten menjadi lebih menarik dan mudah untuk diingat.

## **METODE**

Workshop *Urban Frame Cinematic* merupakan rangkaian kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diselenggarakan oleh Institut Kesenian Jakarta selama satu minggu. Program ini dirancang untuk memperkenalkan berbagai pendekatan kreatif dalam pembuatan konten promosi, terutama bagaimana konten dapat dibangun melalui struktur visual dan naratif yang kuat. Setiap sesi dalam rangkaian ini membahas tahapan berbeda dalam proses kreatif, mulai dari merancang ide dasar hingga mengolahnya menjadi materi audio-visual yang efektif. Melalui kegiatan ini, IKJ berupaya meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memproduksi konten promosi yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara jelas dan persuasif sesuai kebutuhan komunikasi masa kini.

Sesi yang membahas tentang *storytelling* dilaksanakan pada hari kedua workshop, yaitu Selasa, 14 Oktober 2025, bertempat di Ruang Serbaguna lantai lima. Kegiatan berlangsung dari pukul 09.00 hingga 15.00 WIB dan diikuti oleh peserta dari berbagai latar belakang, termasuk pelaku UMKM, masyarakat umum, serta perwakilan pemerintah yang mengelola kawasan Setu Babakan. Jumlah peserta yang mengikuti workshop ini adalah 25 orang. Sesi ini, materi *storytelling* disampaikan oleh Dr. RB. Armantono, M.Sn., dan Diva Eureka, M.Sn., yang membahas teknik naratif sebagai dasar dalam pembuatan konten promosi yang efektif.

Pelaksanaan workshop dilakukan melalui kombinasi beberapa metode, yaitu penjelasan konsep, diskusi, dan praktik kelompok. Pada tahap awal, peserta memperoleh pemahaman teoretis mengenai prinsip-prinsip dasar yang mendasari pembuatan konten berbasis naratif. Setelah itu, sesi diskusi digunakan untuk memperdalam pemahaman melalui tanya jawab, berbagi pengalaman, serta menghubungkan materi dengan konteks nyata di Setu Babakan. Selanjutnya, peserta dibagi ke dalam kelompok untuk melakukan praktik langsung, mulai dari merumuskan *key selling point*, merancang karakter, hingga menyusun alur cerita singkat. Pendekatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam proses kreatif pembuatan konten promosi.

Pada awal pertemuan, pemateri memulai sesi dengan menjelaskan pengertian promosi dan bagaimana perannya dalam membangun kesadaran serta ketertarikan audiens terhadap suatu produk atau destinasi. Penjelasan ini kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai arti pentingnya *key selling point*, yaitu unsur utama yang membedakan sebuah produk dari produk lainnya. Pemateri menekankan bahwa *key selling point* merupakan tahap awal yang sangat menentukan dalam merancang konten promosi berbasis naratif, karena elemen inilah yang akan menjadi fondasi cerita dan arah pesan yang ingin disampaikan. Setelah peserta menentukan produk atau aspek yang ingin mereka promosikan, *key selling point* membantu mereka mengidentifikasi nilai unik yang perlu disorot sehingga narasi yang

dibangun tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dan terfokus. Dengan pemahaman ini, peserta dapat melangkah ke tahap berikutnya dalam proses *storytelling* dengan lebih terarah.

Setelah peserta memahami pengertian dan fungsi *key selling point*, kegiatan dilanjutkan dengan praktik kelompok untuk menerapkan teori yang telah dijelaskan pemateri. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok kecil, masing-masing terdiri dari dua orang, agar proses diskusi lebih fokus dan setiap peserta dapat terlibat secara aktif. Setiap kelompok diberi tugas untuk memilih satu produk yang akan dipromosikan dan kemudian merumuskan *key selling point* yang paling tepat untuk produk tersebut. Setelah proses perumusan selesai, masing-masing kelompok mempresentasikan hasil kerja mereka di hadapan peserta lain. Melalui presentasi ini, peserta tidak hanya melatih kemampuan analisis dan penyusunan ide, tetapi juga memperoleh masukan serta perspektif tambahan dari kelompok lain dan pemateri, sehingga pemahaman mereka mengenai *key selling point* menjadi lebih mendalam dan aplikatif.

Pada tahap selanjutnya, pemateri memberikan penjelasan mengenai pengertian karakter serta cara menciptakannya melalui tiga unsur utama: fisik, psikis, dan sosiologis. Untuk membantu peserta memahami dan mempraktikkan konsep ini, mereka kemudian dibagi menjadi lima kelompok. Setiap kelompok mendapat tugas menciptakan tiga karakter yang menggambarkan situasi dramatis: seorang laki-laki yang mencintai seorang gadis, sementara ayah sang gadis digambarkan sebagai

sosok yang galak dan menjadi penghalang hubungan mereka. Setelah proses perancangan karakter selesai, masing-masing kelompok mempresentasikan hasil kerja mereka. Presentasi ini menjadi ruang bagi peserta untuk menjelaskan alasan di balik pilihan karakterisasi mereka sekaligus menerima masukan dari pemateri dan kelompok lain. Kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi bersama untuk memilih karakterisasi yang dianggap paling unik dan representatif. Karakter yang terpilih inilah yang nantinya akan digunakan pada tugas berikutnya dalam proses penciptaan cerita.

Setelah karakter ditentukan, pemateri melanjutkan sesi dengan menjelaskan arti pentingnya masalah yang dihadapi tokoh dalam sebuah cerita. Pemateri menekankan bahwa masalah merupakan elemen yang mendorong cerita bergerak. Dengan pemahaman ini, peserta yang telah terbagi dalam lima kelompok kembali diberikan tugas untuk menciptakan masalah yang relevan dengan karakter yang dibangun sebelumnya. Pemateri juga menekankan bahwa masalah dan alur cerita yang muncul harus memiliki keterkaitan yang kuat dengan produk atau destinasi yang ingin dipromosikan, sehingga keberadaan produk dalam cerita dapat muncul secara alami dan mendukung pesan promosi. Seluruh kelompok kemudian mengerjakan tugas dan kemudian mempresentasikan hasil kerja mereka. Melalui presentasi dan diskusi yang menyertainya, peserta dapat saling memberi masukan dan melihat berbagai pendekatan dalam menghubungkan masalah, karakter, dan produk dalam satu kesatuan naratif yang menarik sebagai

acuan untuk proses penciptaan konten promosi.

Presentasi hasil pembuatan cerita menjadi penutup rangkaian kegiatan pada hari kedua *Urban Frame Cinematic*. Setelah seluruh kelompok menyampaikan hasil kerja mereka dan menerima masukan dari pemateri maupun peserta lain, sesi pun ditutup pada pukul 15.00 sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Acara ditutup dengan sesi foto bersama.



**Gambar 1.** Para peserta berfoto bersama Bapak Dr. Rb. Armantono, M.Sn (Sumber: Diva Eureka)

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### *A. Key Selling Point*

Pelaksanaan workshop hari kedua menunjukkan bahwa pemahaman peserta mengenai key selling point menjadi fondasi penting dalam proses penyusunan konten promosi berbasis naratif. Pada awal sesi, pemateri menegaskan bahwa konten promosi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki fungsi persuasif yang bertujuan memengaruhi penonton agar tertarik dan akhirnya membeli produk secara sukarela. Dengan menekankan sifat persuasif ini,

pemateri mengarahkan peserta untuk memahami bahwa promosi yang efektif harus mampu menyampaikan daya tarik utama suatu produk dengan cara yang jelas, menarik, dan mudah dipahami audiens. Oleh karena itu, pemahaman yang kuat tentang *key selling point* menjadi langkah pertama yang menentukan fokus dan arah dari keseluruhan cerita yang akan dikembangkan dalam konten promosi.

*Key selling point* dijelaskan sebagai atribut atau keunikan khas yang membuat sebuah produk berbeda dari produk lain yang sejenis. Kotler dan Armstrong (2018) menjelaskan bahwa setiap merek perlu mengembangkan *unique selling proposition* (USP), yaitu satu atribut utama yang secara konsisten dikomunikasikan kepada konsumen. USP bekerja karena konsumen cenderung lebih mudah mengingat merek yang menempati posisi “nomor satu” pada satu atribut tertentu, seperti kualitas terbaik, layanan terbaik, harga terendah, nilai terbaik, atau teknologi paling maju.

Dalam materi workshop, pemateri menekankan bahwa *key selling point* berfungsi sebagai elemen pembeda yang menjadi dasar mengapa sebuah produk layak dipilih oleh konsumen. Tanpa identifikasi *key selling point* yang jelas, konten promosi berpotensi kehilangan arah karena tidak memiliki fokus utama yang ingin disampaikan. Akibatnya, narasi yang dibangun menjadi lemah dan tidak memiliki landasan yang cukup kuat untuk meyakinkan audiens. Dengan memahami *key selling point*, pembuat konten dapat merancang cerita yang lebih terarah dan efektif

dalam menonjolkan keunggulan produk.

Dalam kegiatan kelompok, peserta diminta untuk menentukan *key selling point* dari produk yang mereka pilih sebagai objek promosi. Selama proses ini, pemateri dan pendamping memberikan arahan untuk membantu peserta menemukan aspek paling menonjol yang dapat menjadi ciri pembeda produk tersebut. Tahap ini menghasilkan capaian penting, yaitu meningkatnya kemampuan peserta dalam mengidentifikasi keunikan produk secara lebih terarah dan spesifik. Hal tersebut tampak dari presentasi kelompok, di mana peserta berhasil memetakan daya tarik utama produk dengan lebih jelas. Beberapa peserta yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam menentukan ciri pembeda mulai memahami bahwa *key selling point* dapat bersumber dari unsur yang paling menonjol, unik, atau relevan dari produk yang mereka angkat. Pemahaman ini membuat mereka lebih percaya diri dalam menyusun dasar naratif untuk konten promosi yang akan dikembangkan.

## B. Karakterisasi

Setelah peserta memahami *key selling point*, sesi berlanjut dengan materi mengenai pembangunan karakter dalam *storytelling*. Pemateri menekankan bahwa karakter merupakan pusat dari sebuah cerita, karena melalui tokoh inilah pesan dan nilai promosi dapat disampaikan secara lebih hidup dan meyakinkan. Egri (2009, p.33) menjelaskan bahwa karakter memiliki tiga dimensi utama: fisiologis, sosiologis, dan psikologis. Dimensi fisik mencakup aspek seperti usia, bentuk tubuh, ras, dan penampilan yang menentukan identitas visual tokoh. Dimensi psikis

menggambarkan kecenderungan emosional, pola pikir, serta cara tokoh merespons situasi. Sementara itu, dimensi sosiologis meliputi latar belakang pekerjaan, status sosial, budaya, serta lingkungan pergaulan yang membentuk perilaku dan cara pandang tokoh.

Pemateri menegaskan bahwa karakter yang kuat harus memiliki konsistensi antar ketiga dimensi tersebut agar dapat tampil meyakinkan dan mudah dihayati oleh audiens. Peserta pun mulai memahami bahwa karakter yang lengkap dan terstruktur akan mempermudah proses pengembangan cerita pada tahap berikutnya.

Latihan kelompok menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu merancang karakter secara lebih rinci dan terarah. Beberapa kelompok, misalnya, menciptakan karakter seorang ibu rumah tangga yang membutuhkan solusi praktis untuk kehidupan sehari-hari, sementara kelompok lain menggambarkan anak muda dengan gaya hidup aktif. Dari proses ini, peserta menyadari bahwa karakter tidak hanya hadir sebagai tampilan visual, tetapi juga sebagai representasi nilai, kebutuhan, dan gaya hidup yang mendukung *key selling point* dari produk atau cerita yang mereka bangun. Pendampingan diberikan kepada peserta yang masih mengalami kesulitan dalam memadukan ketiga dimensi karakter. Tantangan paling menonjol muncul ketika peserta mencoba menentukan latar sosial tokoh, terutama bagi mereka yang belum terbiasa menggambarkan konteks sosial secara naratif. Melalui diskusi dan contoh konkret, peserta dapat memahami bahwa karakter yang kuat akan

mempengaruhi arah cerita

### C. Storytelling

Tahapan berikutnya berfokus pada pemahaman bahwa *storytelling* memegang peranan penting dalam konten promosi. Pemateri menekankan bahwa manusia pada dasarnya adalah makhluk yang bercerita; manusia hidup di dalam dunia yang dipenuhi narasi, dan hampir setiap hal memiliki cerita di baliknya. Konsep ini diperkuat dengan gagasan Homo Narrans, yaitu pandangan bahwa manusia memahami realitas melalui cerita, bukan semata-mata melalui data atau argumen yang bersifat logis. Fisher (1984, p. 63) menjelaskan bahwa konsep *Homo Narrans* merupakan perluasan dari pandangan Kenneth Burke tentang manusia sebagai makhluk yang menggunakan simbol. Dalam kerangka ini, manusia dipahami sebagai pencerita; simbol dan makna yang mereka ciptakan pada dasarnya disusun dalam bentuk cerita untuk memberi struktur pada pengalaman manusia serta membangun pemahaman bersama dalam kehidupan sosial. Melalui perspektif ini, peserta diajak melihat bahwa kekuatan cerita mampu membangun kedekatan emosional, membentuk makna, dan membuat pesan promosi lebih mudah diterima serta diingat oleh audiens.

Pemateri menjelaskan bahwa narasi lebih efektif daripada logika karena mampu menyentuh emosi dan pengalaman personal seseorang. Penjelasan ini menjadi dasar penting bagi peserta untuk memahami bahwa konten promosi yang baik tidak hanya berfungsi menjelaskan produk, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional melalui alur cerita yang relevan dan menyentuh.

Peserta diberi pemahaman bahwa media promosi pada dasarnya lebih sering “menjual” cerita dibandingkan fungsi asli produk, karena cerita mampu membangun kedekatan dan memengaruhi keputusan konsumen secara lebih mendalam. Dalam materi bahkan ditegaskan bahwa orang cenderung membeli cerita, bukan sekadar fungsinya, sehingga kekuatan naratif menjadi elemen kunci dalam strategi promosi yang efektif.

Penerapan konsep *storytelling* dilakukan dengan meminta peserta menyusun cerita singkat berdasarkan karakter yang telah mereka rancang pada tugas sebelumnya. Melalui latihan ini, peserta dapat melihat secara langsung bahwa sebuah cerita dapat terbentuk dari karakter dan mengaitkannya dengan *key selling point* produk yang ingin mereka promosikan. Latihan ini juga memperjelas bahwa *storytelling* bukan sekadar teknik kreatif, tetapi strategi komunikasi yang berangkat dari cara manusia memaknai informasi melalui pengalaman, emosi, dan hubungan personal. Dengan menyusun cerita sendiri, peserta menyadari bahwa naratif mampu membuat pesan promosi lebih mudah dipahami, lebih menarik, dan lebih berkesan dibandingkan penyampaian informasi secara langsung.

#### D. Keunggulan dan Kelemahan Luaran Kegiatan

Luaran utama workshop ini adalah keterampilan *storytelling*, yang mencakup kemampuan menentukan *key selling point*, merancang karakter, serta membangun cerita yang memiliki ketegangan atau masalah sebagai pendorong alurnya. Luaran ini memberikan

beberapa keunggulan penting bagi peserta. Pertama, keterampilan *storytelling* bersifat universal sehingga dapat langsung diterapkan oleh peserta dari beragam latar belakang, termasuk mereka yang sebelumnya tidak memiliki dasar pembuatan konten. Hal ini terbukti dari kemampuan peserta mengikuti setiap tahapan kegiatan dengan baik. Kedua, konsep *storytelling* tidak bergantung pada perangkat atau peralatan mahal, sehingga mudah diterapkan dalam berbagai konteks promosi. Dengan demikian, keterampilan yang diperoleh peserta tidak hanya relevan dalam konteks workshop, tetapi juga memiliki potensi penggunaan jangka panjang yang luas.

Keunggulan lainnya terletak pada metode workshop yang bersifat partisipatif. Peserta tidak hanya menerima teori secara pasif, tetapi juga diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkannya melalui kerja kelompok. Dengan cara ini, peserta dapat menguji pemahaman mereka secara langsung, saling bertukar ide, serta melihat bagaimana konsep yang dipaparkan dapat diterapkan dalam pembuatan konten nyata. Proses praktik bersama ini terbukti mempercepat pemahaman peserta dan meningkatkan kualitas hasil kerja, karena setiap kelompok dapat memperoleh masukan, melakukan perbaikan, dan mengembangkan gagasan secara lebih terstruktur. Metode ini juga menciptakan suasana belajar yang lebih dinamis dan kolaboratif, sehingga peserta merasa lebih terlibat dalam keseluruhan proses pembelajaran.

Kelemahan kegiatan terutama muncul dari perbedaan kemampuan peserta dalam memahami

konsep yang diberikan. Beberapa peserta masih mengalami kesulitan melihat keterkaitan antara *key selling point*, karakter, dan ketergangguan sebagai satu rangkaian yang membentuk struktur cerita promosi. Ada pula peserta yang terbiasa berpikir secara teknis sehingga memerlukan waktu lebih lama untuk menyesuaikan diri dengan pendekatan naratif yang menuntut imajinasi dan pengolahan pengalaman. Selain itu, sebagian peserta mengalami kendala dalam menggambarkan karakter secara lebih mendalam, terutama ketika harus menjelaskan dimensi psikis dan sosiologis yang belum banyak mereka pahami. Perbedaan tingkat pemahaman ini membuat proses penyamaan persepsi membutuhkan pendampingan tambahan dari pemateri.

#### E. Tingkat Kesulitan Pelaksanaan dan Peluang Pengembangan

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya tingkat kesulitan pada beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian. Tantangan pertama muncul ketika peserta diminta menentukan *key selling point* dari produk pilihan mereka. Peserta yang belum terbiasa mengidentifikasi keunikan sebuah produk kerap mengalami kebingungan dalam menentukan atribut utama yang membedakan produknya dari produk serupa. Dalam situasi ini, pendampingan lebih intensif diperlukan agar peserta memahami bahwa *key selling point* bukan sekadar kelebihan umum, tetapi elemen paling menonjol yang memiliki nilai jual jelas.

Tantangan kedua berkaitan dengan proses memahami dan merancang karakter. Beberapa peserta belum terbiasa membuat karakter secara

mendalam, terutama ketika harus menggambarkan tiga dimensi karakter: fisik, psikis, dan sosiologis. Mereka memerlukan waktu untuk memahami bagaimana ketiga dimensi tersebut saling terhubung dalam membentuk identitas tokoh yang kuat dan konsisten. Pendampingan diperlukan agar peserta dapat melihat bahwa karakter yang baik tidak hanya berupa deskripsi visual, tetapi juga mencerminkan latar belakang, motivasi, dan cara tokoh merespons situasi.

Tantangan berikutnya muncul pada tahap penyusunan cerita. Dalam tahap ini, peserta harus memahami bahwa ketergangguan atau problem merupakan elemen utama yang menggerakkan cerita dan memberi arah pada alur naratif. Proses merangkai peristiwa yang relevan dengan karakter sekaligus mendukung tujuan promosi membutuhkan kemampuan analisis dan imajinasi. Karena itu, sebagian peserta memerlukan bimbingan tambahan untuk dapat menghubungkan hubungan sebab-akibat dalam cerita, membangun konflik yang logis, serta memastikan bahwa narasi yang dibuat tetap selaras dengan *key selling point* produk. Keseluruhan tantangan ini menunjukkan bahwa proses pembuatan konten berbasis *storytelling* membutuhkan pendampingan bertahap agar peserta dapat menguasai setiap komponen dengan lebih baik.

Meskipun terdapat sejumlah tantangan, kegiatan ini memiliki peluang besar untuk terus dikembangkan dan diterapkan pada berbagai konteks. Pendekatan *storytelling* yang diperkenalkan dalam workshop bersifat fleksibel

dan dapat dimanfaatkan oleh beragam kelompok masyarakat. Bagi pelaku UMKM, keterampilan ini dapat menjadi bekal penting dalam merancang konten promosi digital yang lebih menarik, emosional, dan mudah diingat oleh calon pembeli. Sementara itu, pengelola Setu Babakan dapat memanfaatkan metode ini untuk membuat konten edukasi budaya yang lebih hidup, sehingga nilai-nilai budaya Betawi dapat disampaikan secara lebih efektif kepada pengunjung. Di sisi lain, masyarakat umum yang memiliki ketertarikan pada dunia kreatif dapat menjadikan keterampilan storytelling sebagai dasar untuk mengembangkan produksi video yang lebih kompleks, baik untuk kebutuhan personal, komunitas, maupun komersial. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya relevan untuk kegiatan workshop, tetapi juga memiliki potensi jangka panjang bagi pengembangan kreativitas dan komunikasi publik.

#### F. Pembahasan Umum dan Integrasi Teori ke Praktik

Pembelajaran selama workshop menunjukkan bahwa teori naratif yang diperkenalkan oleh pemateri tidak hanya bersifat konseptual, tetapi dapat langsung diterapkan dalam proses pembuatan konten. Peserta dapat melihat secara nyata bagaimana konsep *key selling point* menjadi fondasi yang membantu menentukan arah cerita dan memastikan bahwa pesan utama tetap terjaga. Dengan memahami *key selling point*, peserta tidak lagi membuat konten secara acak, tetapi mulai menyusun cerita yang berfokus pada daya tarik utama produk yang mereka promosikan.

Pembangunan karakter juga menjadi aspek penting yang dipelajari peserta. Melalui penjelasan mengenai dimensi fisik, psikis, dan sosiologis, peserta dapat memahami siapa tokoh yang akan menyampaikan pesan promosi. Pendekatan ini membantu peserta menciptakan karakter yang tidak hanya tampil secara visual, tetapi juga memiliki motivasi, latar belakang, dan cara pandang yang jelas. Hal ini membuat cerita yang mereka susun menjadi lebih hidup dan relevan dengan produk yang ingin dipromosikan.

Konsep *Homo Narrans* yang menekankan bahwa manusia adalah makhluk yang memahami dunia melalui cerita, memperkuat keyakinan peserta bahwa *storytelling* adalah pendekatan komunikasi yang sangat efektif. Dengan memahami bahwa manusia merespons cerita secara emosional, peserta menyadari bahwa konten promosi tidak cukup hanya menyajikan data atau informasi teknis. Cerita yang menyentuh pengalaman, harapan, atau masalah sehari-hari akan lebih mudah menarik perhatian dan memengaruhi audiens.

Selain itu, prinsip ketergangguan atau problem yang menggerakkan alur cerita juga menjadi elemen penting dalam pembelajaran. Peserta melihat bahwa tanpa ketergangguan, cerita tidak memiliki dinamika yang dapat memicu perubahan atau keputusan tokoh. Dengan menempatkan produk sebagai bagian dari solusi atas problem tokoh, peserta dapat menyusun narasi promosi yang lebih persuasif dan tidak terasa dipaksakan.

Materi yang disampaikan pemateri menegaskan bahwa konten promosi bukan sekadar

visual menarik atau durasi video yang tepat, tetapi merupakan perpaduan elemen naratif yang saling melengkapi. Dalam materi dijelaskan bahwa media promosi yang efektif memanfaatkan cerita karena narasi lebih menyentuh emosi dan lebih mudah diingat oleh audiens. Efektivitas metode ini terlihat ketika peserta mampu mempresentasikan cerita yang lebih terarah, koheren, dan sesuai tujuan promosi setelah melalui rangkaian latihan.

Integrasi antara teori dan praktik yang dilakukan selama workshop menunjukkan bahwa *storytelling* menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat konten promosi. Peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam bentuk cerita yang lebih struktural dan komunikatif, sehingga siap digunakan untuk berbagai kebutuhan promosi.

## SIMPULAN

Pelaksanaan workshop menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi peserta adalah kurangnya pemahaman mengenai struktur dasar *storytelling* dalam pembuatan konten promosi. Banyak peserta cenderung memulai proses dari aspek teknis seperti visual, durasi, atau peralatan tanpa terlebih dahulu memahami struktur internal yang membuat sebuah konten memiliki kekuatan persuasif. Elemen-elemen seperti *key selling point*, karakter, dan ketergangguan sering kali diabaikan sehingga konten yang dihasilkan menjadi informatif, tetapi kurang memiliki daya ingat dan daya tarik emosional. Melalui kegiatan ini terlihat bahwa keterampilan *storytelling*

dapat dipelajari secara bertahap dan mampu memberikan perubahan signifikan pada cara peserta merancang konten. Temuan penting dari workshop adalah bahwa peserta mulai memahami bahwa cerita merupakan fondasi utama dalam komunikasi visual dan bahwa karakter yang kuat dapat menghidupkan *key selling point* yang ingin disampaikan.

*Storytelling* juga terbukti menjadi solusi yang relevan bagi peserta dari berbagai latar belakang karena tidak memerlukan alat teknis yang rumit. Peserta dapat menyusun konten yang lebih terarah setelah memahami hubungan antara *key selling point*, karakter, dan ketergangguan. Pendekatan naratif terbukti mampu menjembatani kesenjangan antara gagasan abstrak dan representasi visual yang konkret. Dengan struktur naratif yang jelas, konten yang dibuat peserta memiliki identitas yang lebih kuat dan pesan utama dapat diterima audiens dengan lebih mudah. Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa pendekatan berbasis cerita dapat memperkuat kreativitas peserta sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam menyusun materi promosi yang lebih fokus dan komunikatif.

Saran untuk kegiatan lanjutan adalah perlunya pelatihan tambahan yang berfokus pada pengembangan cerita yang lebih kompleks serta latihan produksi visual yang mendukung struktur naratif yang telah dipelajari. Pelatihan lanjutan dapat mencakup kemampuan menyusun skenario pendek, membuat *storyboard*, hingga menerapkan teknik produksi dasar agar *storytelling* dapat terintegrasi secara menyeluruh dalam proses

pembuatan konten. Selain itu, kegiatan serupa dapat diperluas kepada kelompok masyarakat lain yang memiliki kebutuhan komunikasi visual, seperti komunitas kreatif, pelajar, pengelola wisata, atau organisasi budaya. Dengan demikian, keterampilan *storytelling* dapat menjadi sarana pemberdayaan kreatif yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih luas.

## KEPUSTAKAAN

Egri, Lajos. *The Art of Dramatic Writing: Its Basis in the Creative Interpretation of Human Motives*. New York: BN Publishing, 2009.

Fisher, Walter R. *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*. Columbia: University of South Carolina Press, 1984.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. 17th ed., Boston: Pearson, 2018.

## **Pelatihan Kemampuan *Editing* Video pada UMKM dan Pelaku Seni di Setu Babakan: Mengenal Video *Editing* Menggunakan Aplikasi Capcut Untuk Kebutuhan Promosi Produk UMKM Pada Destinasi Wisata Kota Jakarta**

**Iriani**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: iriani@ikj.ac.id

**Kusen Dony Hermansyah**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: kusendony@ikj.ac.id

**Hendry Gunawan**

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: hendrygun@ikj.ac.id

### **ABSTRACT**

*In the digital era, social media plays a crucial role in information and communication through audiovisual content. Visual and video editing skills have therefore become essential, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and cultural practitioners. CapCut is a digital application that supports the creation of engaging visual content for cultural promotion and creative economy development. However, many MSME actors still face limitations in utilizing social media effectively. This community service activity was conducted at Setu Babakan through a five-day Urban Frame Cinematic cinematography workshop. The training focused on basic video editing skills using CapCut, including video cutting, audio processing, transitions, and content publishing. The activity aimed to equip participants with practical skills to independently produce creative audiovisual content.*

**Keywords:** *social media, video editing, CapCut, MSMEs, creative economy.*

### **ABSTRAK**

*Di era digital, media sosial menjadi sarana penting dalam penyampaian informasi berbasis konten audiovisual. Kemampuan penyuntingan video menjadi kebutuhan utama, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta pelaku budaya. CapCut merupakan aplikasi digital yang mendukung pembuatan konten visual untuk promosi budaya dan pengembangan ekonomi kreatif. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum optimal memanfaatkan media sosial. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Setu Babakan melalui workshop sinematografi Urban Frame Cinematic selama lima hari. Pelatihan difokuskan pada keterampilan dasar penyuntingan video menggunakan CapCut untuk menghasilkan konten kreatif yang siap dipublikasikan.*

**Kata Kunci:** *media sosial, penyuntingan video, CapCut, UMKM, ekonomi kreatif.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung sangat pesat menuntut seluruh lapisan masyarakat, termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk terus beradaptasi dengan perubahan tersebut. Castells (2010) menyatakan bahwa masyarakat kontemporer hidup dalam jaringan informasi yang membuat teknologi digital tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi bagian dari struktur sosial dan ekonomi. Dalam konteks ini, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan untuk menyesuaikan strategi promosi agar tetap kompetitif di tengah arus digitalisasi.

Media sosial hadir sebagai salah satu medium utama dalam penyampaian informasi dan komunikasi berbasis teks, audio, gambar, dan video. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang lebih personal dan partisipatif antara produsen dan audiens. Di antara berbagai bentuk konten digital, video dinilai sebagai media yang paling efektif karena mampu menyampaikan pesan secara visual, emosional, dan naratif dalam waktu singkat. Oleh karena itu, kemampuan produksi dan penyuntingan video menjadi keterampilan penting dalam komunikasi pemasaran digital.

*Editing* video merupakan proses memilih, menyusun, dan mengolah materi visual serta audio menjadi satu rangkaian cerita yang utuh sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Menurut Thompson dan Bowen (2013), proses *editing* tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga

berperan dalam membangun makna, ritme, dan daya tarik visual sebuah konten. Dalam konteks promosi UMKM, *editing* video berfungsi untuk menampilkan identitas produk, memperkuat pesan, serta meningkatkan keterhubungan emosional dengan audiens.

Pembuatan video promosi menjadi pilihan strategis bagi pelaku UMKM karena relatif lebih hemat biaya dibandingkan promosi konvensional, namun memiliki jangkauan yang luas. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa pemasaran digital memungkinkan usaha kecil menjangkau pasar yang lebih luas dengan sumber daya yang terbatas. Melalui media sosial, konten video dapat diakses oleh masyarakat lokal hingga internasional, sehingga membuka peluang bagi konsumen untuk mengenal, mempertimbangkan, dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Namun, permasalahan yang masih dihadapi adalah rendahnya kemampuan sebagian pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial secara optimal. Keterbatasan literasi digital dan keterampilan teknis, khususnya dalam editing video, menyebabkan potensi media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal. UNESCO (2018) menekankan bahwa literasi digital mencakup kemampuan teknis, kognitif, dan kreatif dalam memproduksi serta memahami konten digital secara kritis.

Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dan komunitas seni dalam bidang pengolahan media audiovisual. Pelatihan tidak hanya berfungsi

sebagai transfer keterampilan teknis, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan kreativitas dan kemandirian ekonomi (Zimmerman, 2000). Melalui penguatan keterampilan *editing* video, masyarakat diharapkan mampu menghasilkan konten promosi yang efektif, mengembangkan potensi sebagai kreator konten, serta membuka peluang usaha baru di bidang produksi audiovisual.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Workshop Sinematografi *Urban Frame Cinematic* dilaksanakan selama lima hari di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Jl. Moch. Kahfi II, Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam dua *batch* utama, yaitu *batch* pertama yang berfokus pada materi *editing* dan dilaksanakan pada Jumat, 18 Oktober 2025, serta *batch* kedua yang juga berfokus pada *editing* lanjutan dan dilaksanakan pada Jumat, 24 Oktober 2025. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung pada pukul 09.00 hingga 15.00 WIB.

Peserta yang mengikuti Workshop Sinematografi *Urban Frame Cinematic* berjumlah 26 orang yang berasal dari berbagai latar belakang, meliputi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), komunitas seni, pendidik, serta masyarakat umum. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan seminar dan workshop, yang dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual sekaligus pengalaman praktik secara

langsung kepada peserta.

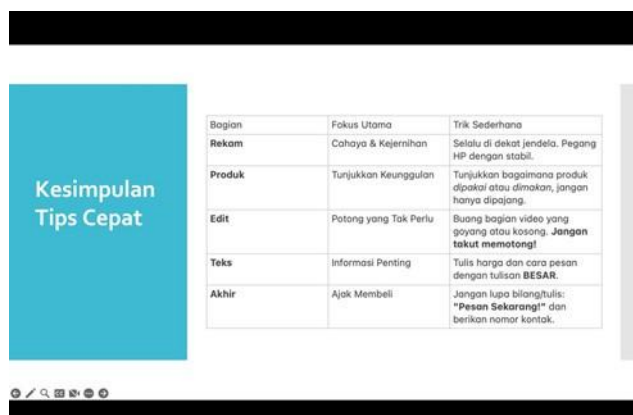
## HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan seminar dan workshop *batch* pertama yang berfokus pada materi *editing* video untuk kebutuhan media sosial dilaksanakan mulai pukul 09.00 WIB. Pada sesi ini, peserta diberikan pengarahan mengenai teknik dasar pengambilan gambar menggunakan perangkat telepon genggam secara efektif tanpa bantuan alat tambahan. Peserta diarahkan untuk memahami cara menangkap momen dengan komposisi yang tepat, pencahayaan yang cukup, serta kestabilan gambar agar menghasilkan *footage* yang layak untuk proses penyuntingan.

Setelah peserta memperoleh dan merekam *footage*, kegiatan dilanjutkan dengan proses penyuntingan video menggunakan aplikasi yang tersedia pada perangkat telepon genggam. Aplikasi *CapCut* dan *Canva* direkomendasikan karena bersifat gratis, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan pembuatan konten media sosial. *CapCut* merupakan aplikasi penyuntingan video dan desain grafis berbasis kecerdasan buatan yang dikembangkan oleh *ByteDance* dan tersedia dalam versi mobile, desktop, serta web. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan pada prinsip dasar *editing* video, khususnya teknik pemotongan (*trim*) untuk menghilangkan bagian video yang tidak diperlukan, seperti bagian awal atau akhir yang kosong maupun bagian tengah yang mengandung kesalahan pengambilan gambar.

Setelah proses pemotongan selesai, klip-klip video pendek digabungkan menjadi satu rangkaian menggunakan transisi sederhana, seperti *cut* atau *fade*. Selanjutnya, peserta diarahkan untuk menambahkan elemen pendukung agar video menjadi lebih menarik dan komunikatif. Elemen tersebut meliputi teks, musik latar, dan *call to action* (CTA). Teks dibuat dengan ukuran yang cukup besar dan mudah dibaca untuk menonjolkan informasi penting, seperti harga produk atau cara pemesanan. Musik latar digunakan untuk membangun suasana, dengan pengaturan volume yang tidak mengganggu suara narasi atau dialog.

Pada bagian akhir video, peserta diarahkan untuk menambahkan CTA sebagai ajakan bertindak kepada penonton, seperti informasi pemesanan atau kontak yang dapat dihubungi. Secara keseluruhan, sesi ini menekankan bahwa fokus utama dalam proses perekaman adalah pencahayaan dan kejernihan gambar, sedangkan pada tahap penyuntingan adalah menghilangkan bagian yang tidak relevan dan menyusun alur visual yang jelas, serta menutup video dengan pesan yang mendorong interaksi audiens.



Gambar 1. Kesimpulan Tips mengedit video editing untuk pemula

(Sumber: Dok Pribadi)

*CapCut* menyediakan berbagai fitur yang mendukung peningkatan kualitas video, sehingga cocok digunakan untuk kebutuhan pembuatan konten media sosial maupun penyuntingan video secara profesional. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat *New Project* untuk memulai penyuntingan dari awal, serta menyediakan menu *Edit* yang mencakup berbagai fungsi penting, seperti *resize*, *split*, *animation*, dan *remove background*. Selain itu, menu Audio memungkinkan penambahan musik, efek suara, dan *voice over*, sementara menu *Text* menyediakan beragam pilihan *font* dan *template* animasi untuk memperkuat penyampaian informasi visual. *CapCut* juga dilengkapi dengan fitur *Effect*, baik *Video Effects* maupun *Body Effects*, serta *Filters* untuk memperkaya tampilan visual. Keunggulan lain dari aplikasi ini adalah kemampuannya mengeksport video dalam resolusi tinggi tanpa watermark, sehingga menjadikannya sebagai salah satu aplikasi yang efisien dan praktis untuk mendukung produksi konten kreatif.



Gambar 2. seminar dan praktek penggunaan Capcut (Sumber: Dok Pribadi)



Gambar 3. seminar dan praktek penggunaan Capcut (Sumber: Dok Pribadi)

Pada sesi praktik, peserta diarahkan untuk melakukan pengeditan video menggunakan handphone. Peserta mempelajari penggunaan aplikasi editing sederhana seperti *CapCut* untuk menyusun hasil rekaman mereka menjadi video pendek. Menjelang penutupan, setiap peserta menayangkan hasil *editan* mereka di hadapan narasumber dan seluruh peserta lain. Setelah itu, narasumber memberikan ulasan serta masukan konstruktif terkait ritme *editing*, kontinuitas, dan kesesuaian gambar dengan emosi cerita.



Gambar 4. praktek penggunaan Capcut bersama peserta (Sumber: Dok Pribadi)

Kegiatan seminar dan workshop *batch* kedua yang berfokus pada konsep dasar editing dan alur kerja (*workflow*) penyuntingan video dilaksanakan mulai pukul 09.00 WIB. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai *editing* sebagai proses pengoordinasian antara satu *shot* dengan *shot* lainnya sehingga membentuk satu kesatuan visual yang utuh dan selaras dengan ide cerita atau skenario. *Editing* dipahami tidak hanya sebagai proses teknis, tetapi juga sebagai tahap kreatif yang berperan dalam membangun alur narasi dan makna visual.

Dalam penyampaian materi, peserta diperkenalkan pada prinsip-prinsip utama yang perlu diperhatikan dalam proses *editing*, yaitu unsur *mise-en-scène*, sinematografi, dan suara. Ketiga unsur tersebut saling berkaitan dan harus dipertimbangkan secara seimbang agar hasil akhir video tetap konsisten dengan konsep cerita. Secara teknis, tujuan utama *editing* adalah menyusun adegan (*scene*) dari bahan dasar berupa *shot* yang telah direkam sebelumnya.

Perbedaan pemaknaan *shot* dalam proses *shooting* dan *editing* juga dijelaskan kepada peserta. Pada tahap *shooting*, *shot* didefinisikan sebagai rentang waktu sejak kamera dinyalakan hingga kamera dimatikan. Sementara itu, dalam proses *editing*, *shot* dimaknai sebagai potongan gambar yang dimulai dari *cut in* hingga *cut out*. Meskipun berbeda secara teknis, kedua tahapan tersebut tetap menuntut perhatian terhadap kualitas visual, komposisi sinematik, dan kejelasan audio agar setiap potongan gambar dapat mendukung alur cerita secara efektif.

Setelah mengetahui fungsi *shot*, dilanjutkan dengan materi mengenai *continuity* dalam *editing*. Pendekatan *continuity editing* bertujuan agar film tampak alami dan menyerupai pengalaman sehari-hari, sehingga penonton dapat mengikuti cerita tanpa kebingungan. Pendekatan ini erat kaitannya dengan penempatan kamera (*camera placement*) dan posisi figur (tokoh) saat proses *shooting*. Untuk menjaga kontinuitas, terdapat beberapa prinsip utama yang harus diperhatikan, yaitu: Kaidah 180°, *Established Shot*, *Shot/Reverse Shot*, *Eyeline Match*, *Screen Direction*, dan *match on action*.

Tahapan *workflow editing* dimulai dengan meninjau seluruh materi (*shot*) yang telah direkam untuk memastikan kelayakan isinya. Selanjutnya dilakukan seleksi *shot* yang akan digunakan, terutama untuk adegan dengan aksi serupa. *Shot* yang terpilih kemudian disusun sesuai alur cerita atau skenario pada tahap *assembly*, lalu hasilnya ditonton dari awal hingga akhir. Tahap berikutnya adalah *rough cut*, dimana *shot* yang telah diurutkan mulai dipotong dan disambung agar membentuk cerita yang utuh. Setelah itu dilakukan *fine cut* untuk memperhalus transisi dan menyesuaikan durasi.

Kesimpulan pemahaman ini menjadi dasar dalam jukstaposisi, yaitu penyusunan urutan *shot* dalam satu adegan. Urutan *shot* yang kurang tepat dapat mengubah makna cerita secara signifikan. Oleh karena itu, editor harus memperhatikan tiga aspek utama: Fungsi – setiap *shot* harus memiliki nilai informasi, dramatik, atau estetika; Struktur – urutan *shot* harus mengikuti skenario dan

logika cerita; Proporsi – durasi setiap *shot* harus seimbang, tidak terlalu panjang maupun terlalu singkat.’



Gambar 5. Seminar dan praktek konsep editing (Sumber: Dok Pribadi)

Pada sesi praktik, peserta diarahkan untuk melakukan pengeditan video menggunakan handphone. Peserta mempelajari penggunaan aplikasi *editing* sederhana seperti *CapCut* untuk menyusun hasil rekaman mereka menjadi video pendek. Menjelang penutupan, setiap peserta menayangkan hasil editan mereka dihadapan narasumber dan seluruh peserta lain.



Gambar 6. foto bersama dengan para peserta (Sumber: Dok Pribadi)

Respons positif peserta terhadap kegiatan pelatihan diukur melalui observasi selama pelaksanaan workshop serta melalui masukan berupa saran, kritik, dan usulan yang disampaikan

oleh perwakilan peserta terhadap program pengabdian kepada masyarakat ini. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa setelah mengikuti rangkaian kegiatan selama lima hari, peserta mampu menguasai keterampilan dasar editing video menggunakan aplikasi *CapCut*. Selain itu, peserta juga terlibat aktif dalam sesi diskusi dan peninjauan karya, di mana hasil video yang telah *diedit* dipresentasikan dan dibahas bersama peserta lainnya.

Peningkatan keterampilan peserta terlihat jelas dari kualitas karya video yang dihasilkan dan dikumpulkan pada akhir kegiatan. Peserta telah mampu memproduksi video *editing* untuk berbagai kebutuhan, seperti konten promosi produk UMKM, penerapan fitur video berbasis kecerdasan buatan, serta pembuatan film pendek sederhana. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas peserta dalam bidang pengolahan media audiovisual dan pengembangan konten kreatif.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan video editing dalam Workshop Sinematografi *Urban Frame Cinematic*, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pengolahan video. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki gambaran yang jelas mengenai teknik *editing* video yang efektif dan menarik

untuk kebutuhan promosi maupun komunikasi visual. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan, peserta mampu memahami dan menerapkan dasar-dasar *editing* video secara lebih terstruktur dan representatif, baik dari segi visual, alur cerita, maupun pemanfaatan teknologi digital.

Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung menjadi indikator penting keberhasilan pelatihan ini. Hal tersebut terlihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti setiap sesi, banyaknya pertanyaan yang diajukan kepada pemateri, serta terjadinya diskusi dan berbagi pengalaman di dalam kelompok masing-masing. Interaksi yang intensif antara peserta dan pemateri menunjukkan adanya ketertarikan dan kebutuhan nyata terhadap materi yang disampaikan, khususnya terkait pengembangan konten audiovisual untuk kepentingan promosi UMKM dan aktivitas kreatif.

Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan ini juga mendorong tumbuhnya kepercayaan diri peserta dalam memproduksi karya video secara mandiri. Peserta tidak hanya mampu mengedit video, tetapi juga mulai memahami pentingnya konsep, pesan, dan tujuan komunikasi dalam setiap konten yang dibuat. Hal ini tercermin dari hasil karya yang dikumpulkan, yang menunjukkan adanya peningkatan kualitas visual dan kesesuaian konten dengan kebutuhan promosi dan dokumentasi.

Berdasarkan respons yang diberikan, beberapa peserta mengusulkan agar kegiatan pelatihan serupa dapat diselenggarakan kembali dengan durasi waktu yang lebih panjang. Usulan tersebut

menunjukkan bahwa pelatihan ini dipandang relevan dan bermanfaat, sekaligus membuka peluang untuk pengembangan program lanjutan yang lebih mendalam. Dengan demikian, pelatihan video editing dalam Workshop Sinematografi *Urban Frame Cinematic* dapat disimpulkan sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang efektif dalam meningkatkan literasi visual, keterampilan digital, serta kapasitas kreatif peserta di era media sosial.

Education, 2016.

Rabiger, Michael, and Mick Hurbis-Cherrier. *Directing: Film Techniques and Aesthetics*. Oxford: Focal Press, 2013.

## KEPUSTAKAAN

Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing, 2010.

Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons. New York: Elsevier, 2010.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education, 2016.

Thompson, Roy, and Christopher J. Bowen. *Grammar of the Edit*. Oxford: Focal Press, 2013.

UNESCO. *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2*. Paris: UNESCO Publishing, 2018.

Zimmerman, Marc A. *Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis*. New York: Springer, 2000.

Bordwell, David, and Kristin Thompson. *Film Art: An Introduction*. New York: McGraw-Hill

## Workshop Membangun Penataan & Kualitas Suara Dalam Konten Digital: Peningkatan Kapasitas Produksi Audio-Visual Melalui Pemahaman Unsur Suara & Teknik Perekaman

**Andrew Saputro**

Fakultas Film dan Televisi

Institut Kesenian Jakarta

Email: [andrews@ikj.ac.id](mailto:andrews@ikj.ac.id)

**Yogi Tri Kuncoro**

Fakultas Film dan Televisi

Institut Kesenian Jakarta

Email:

[yogikuncoro@ikj.ac.id](mailto:yogikuncoro@ikj.ac.id)

### ABSTRACT

*This sound design workshop was conducted at the Betawi Cultural Village of Setu Babakan to enhance the capacity of small business owners, art communities, educators, and the general public in producing high-quality audio. The program introduced participants to the three fundamental sound elements essential in film production, video creation, and digital content development. Participants were also provided with an understanding of basic audio recording techniques, including the distinction between single-system and double-system recording. In addition, the workshop covered the fundamentals of sound post-production processes. As a result, participants developed improved conceptual understanding and practical skills in producing higher-quality audio for business promotion, educational purposes, and the preservation of Betawi cultural heritage.*

**Keywords:** *workshop, sound design, audio recording, digital content.*

### ABSTRAK

*Workshop sound design ini dilaksanakan di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan dengan tujuan meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), komunitas seni, pendidik, serta masyarakat umum dalam menghasilkan audio yang berkualitas. Kegiatan ini memperkenalkan tiga unsur utama suara yang berperan penting dalam produksi film, video, dan pengembangan konten digital. Selain itu, peserta diberikan pemahaman mengenai teknik dasar perekaman audio, termasuk perbedaan antara sistem perekaman single system dan double system. Workshop ini juga membahas tahapan dasar pascaproduksi audio. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh peningkatan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis dalam menghasilkan audio yang lebih baik untuk keperluan promosi usaha, pendidikan, serta pelestarian budaya Betawi.*

**Kata Kunci:** *workshop, sound design, perekaman audio, konten digital.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi audio-visual dalam satu dekade terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat dan memengaruhi cara masyarakat memproduksi serta mendistribusikan informasi. Kemudahan akses terhadap perangkat perekaman suara, kamera digital, serta platform distribusi konten seperti YouTube, Instagram, dan berbagai media sosial lainnya telah membuka peluang baru bagi individu dan komunitas untuk menghasilkan konten secara mandiri. Dalam konteks masyarakat jaringan, teknologi digital tidak lagi bersifat pelengkap, melainkan menjadi bagian dari struktur sosial dan ekonomi yang membentuk pola komunikasi kontemporer (Castells 65–67).

Pemanfaatan teknologi audio-visual tersebut tidak hanya terbatas pada industri kreatif berskala besar, tetapi juga memberikan dampak signifikan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta tenaga pendidik di bidang kebudayaan. Dalam pemasaran digital, kemampuan memproduksi konten video dengan kualitas audio yang baik menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan promosi. Konten dengan suara yang jelas dan tertata secara profesional dinilai lebih mampu membangun kepercayaan audiens dan meningkatkan minat konsumen, termasuk dalam menjangkau pasar internasional (Kotler and Keller 476–478).

Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman dasar mengenai teknik pengambilan suara, pengolahan audio, maupun penggunaan perangkat perekaman sederhana. Keterbatasan literasi audio-visual

ini berdampak pada rendahnya kualitas konten promosi yang dihasilkan, sehingga potensi media digital belum dimanfaatkan secara optimal. Dalam produksi video, kualitas audio merupakan elemen fundamental yang menentukan profesionalitas sebuah karya, bahkan sering kali lebih krusial daripada kualitas visual semata (Thompson and Bowen 18–20).

Permasalahan serupa juga dihadapi oleh tenaga pendidik dan pelaku budaya yang berperan dalam pengenalan serta pelestarian budaya daerah, termasuk budaya Betawi. Kegiatan dokumentasi, edukasi, dan pertunjukan seni tradisional kini semakin bergantung pada media audio-visual untuk menjangkau generasi muda dan audiens yang lebih luas. UNESCO menekankan bahwa literasi media dan digital, termasuk penguasaan audio-visual, merupakan bagian penting dalam pelestarian dan transmisi budaya di era digital (UNESCO 12–14).

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sebagai pusat pelestarian budaya Betawi memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai ruang edukasi dan promosi budaya berbasis teknologi audio-visual. Dengan pemanfaatan teknologi yang tepat, berbagai aktivitas seni, ritual tradisi, serta produk ekonomi kreatif lokal dapat disajikan secara lebih menarik, informatif, dan mudah diakses. Upaya ini sejalan dengan penguatan identitas budaya lokal sekaligus membuka peluang ekonomi kreatif bagi masyarakat sekitar melalui media digital (Kotler and Keller 491–493).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pelatihan atau workshop sinematografi

dan tata suara yang dapat membekali pelaku UMKM, komunitas seni, dan tenaga pendidik dengan keterampilan dasar dalam perekaman serta pengolahan audio. Melalui peningkatan kapasitas ini, peserta diharapkan mampu menghasilkan konten audio-visual yang lebih berkualitas untuk keperluan promosi usaha maupun penyebaran pengetahuan budaya. Dengan demikian, teknologi audio-visual dapat berfungsi sebagai sarana strategis dalam mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal di era digital.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Jakarta Selatan, yang dipilih karena merupakan pusat aktivitas pelestarian budaya Betawi serta melibatkan komunitas seni, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dan tenaga pendidik kebudayaan. Kelompok-kelompok tersebut memiliki kebutuhan nyata untuk meningkatkan kapasitas dalam produksi audio dan tata suara sebagai bagian dari pengembangan konten audio-visual. Pelaksanaan workshop berlangsung selama lima hari, yaitu pada tanggal 13–17 Oktober 2025, dengan rangkaian kegiatan yang mencakup penyampaian teori, praktik langsung, diskusi, serta evaluasi hasil pembelajaran peserta.

Rancangan kegiatan PKM ini berbentuk workshop sinematografi dan tata suara yang bersifat edukatif, partisipatif, dan aplikatif.

Pendekatan yang digunakan menekankan pembelajaran berbasis pengalaman agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh secara mandiri dalam konteks usaha, seni pertunjukan, maupun kegiatan edukasi budaya. Kegiatan meliputi pemaparan teori dasar sinematografi dan tata suara, demonstrasi penggunaan peralatan audio, praktik pengambilan gambar dan suara, praktik penyuntingan audio, simulasi kebutuhan tata suara untuk UMKM dan dokumentasi budaya Betawi, serta diskusi dan tanya jawab yang diakhiri dengan evaluasi hasil praktik peserta.

Pengumpulan data dilakukan untuk memahami kebutuhan peserta sekaligus mengukur dampak kegiatan pelatihan. Teknik yang digunakan meliputi observasi lapangan untuk memetakan kondisi awal dan kemampuan peserta, wawancara singkat serta diskusi sebelum dan sesudah workshop untuk mengetahui harapan, kendala teknis, dan tingkat pemahaman peserta, serta dokumentasi foto dan video sebagai bahan evaluasi penerapan materi. Selain itu, peserta juga diminta melakukan tes praktik berupa perekaman suara singkat dan proses penyuntingan audio sebagai bentuk pengukuran kemampuan akhir. Perancangan materi workshop disusun berdasarkan temuan awal tersebut dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta agar metode pengajaran dapat berjalan secara efektif dan tepat sasaran.

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis

difokuskan pada peningkatan pemahaman teori dasar tata suara, kemampuan menggunakan peralatan audio, kualitas hasil rekaman dan penyuntingan, serta tingkat kepercayaan diri peserta dalam memproduksi konten audio-visual. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi kegiatan lanjutan serta perbaikan desain workshop pada pelaksanaan berikutnya.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan monitoring. Tahap persiapan mencakup koordinasi dengan pihak Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, penyusunan materi pelatihan, persiapan peralatan audio seperti mikrofon, *recorder*, laptop, dan perangkat lunak penyuntingan audio, serta proses pendaftaran peserta. Tahap pelaksanaan meliputi pengenalan konsep audio dan tata suara, demonstrasi penggunaan perangkat audio, praktik pengambilan suara dalam berbagai situasi seperti promosi produk UMKM, pertunjukan seni, dan narasi edukasi, pembelajaran teknik penyuntingan dasar seperti *noise reduction*, *equalization*, dan *balancing*, serta simulasi produksi konten sesuai dengan bidang masing-masing peserta.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan workshop berdasarkan indikator keterlibatan peserta dalam praktik, peningkatan pemahaman konsep tata suara, kualitas hasil audio yang diproduksi, serta kemampuan peserta dalam mengoperasikan peralatan audio secara mandiri. Monitoring pascakegiatan dilakukan melalui komunikasi berkelanjutan dengan komunitas peserta,

pengamatan terhadap konten audio-visual yang mereka hasilkan, serta masukan dari pelaku UMKM dan tenaga pendidik terkait dampak pelatihan terhadap aktivitas dan kebutuhan mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan kegiatan workshop sinematografi dan tata suara ini menunjukkan bahwa penyampaian materi secara bertahap, mulai dari pengenalan konsep dasar hingga praktik perekaman dan pascaproduksi audio, membantu peserta memahami keseluruhan proses produksi suara secara utuh. Pendekatan ini memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mempraktikkan langsung teknik-teknik dasar tata suara sesuai dengan kebutuhan mereka dalam produksi konten audio-visual.

Secara konseptual, peserta diperkenalkan pada pemahaman bahwa tata suara merupakan seni dan praktik dalam menciptakan serta merancang kualitas suara yang baik untuk berbagai kebutuhan, seperti film, konten digital, promosi UMKM, dan dokumentasi budaya. Dalam konteks perkembangan teknologi audio-visual saat ini, kreator dituntut untuk menghasilkan tayangan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kualitas audio yang jelas dan terstruktur. Oleh karena itu, pemahaman mengenai tata suara menjadi penting agar pelaku UMKM dan penggiat seni mampu menyesuaikan kualitas konten dengan tujuan komunikasi dan

karakter audiens yang dituju.

Pada tahap awal pembelajaran, peserta diberikan materi mengenai tiga unsur utama suara dalam produksi audio-visual, yaitu percakapan (*speech*), efek suara (*sound effects*), dan musik. Percakapan dipahami sebagai elemen utama penyampaian pesan verbal yang mencakup dialog, narasi, dan informasi suara, sehingga memerlukan kejernihan artikulasi dan pengelolaan dinamika suara yang baik. Efek suara diperkenalkan sebagai unsur pendukung yang berfungsi memperkuat suasana, realitas, dan emosi visual, baik melalui suara latar alami (*ambience*) maupun efek buatan untuk kebutuhan dramatik atau komedi. Sementara itu, musik dipahami sebagai elemen yang membangun suasana emosional, ritme, dan karakter tayangan. Ketiga unsur tersebut dijelaskan sebagai fondasi utama dalam membentuk tata suara yang utuh dan saling melengkapi dalam sebuah produksi audio-visual.

Setelah memahami unsur-unsur suara, peserta memasuki tahap teknis perekaman audio dengan pengenalan penggunaan mikrofon. Peserta mempelajari karakteristik mikrofon kondensor yang sensitif dan mampu menangkap detail suara secara optimal, serta mikrofon personal nirkabel (*lavalier*) yang lebih fleksibel untuk kebutuhan mobilitas seperti wawancara, presentasi produk UMKM, dan dokumentasi budaya. Melalui demonstrasi dan praktik langsung, peserta dapat memahami pengaruh penempatan mikrofon, jarak, arah tangkap, dan kondisi lingkungan terhadap kualitas suara yang dihasilkan.

Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada dua sistem perekaman audio, yaitu *single system* dan *double system*. Sistem *single system* dipahami sebagai metode perekaman suara langsung ke dalam kamera yang lebih praktis dan efisien, namun memiliki keterbatasan dalam kontrol kualitas audio. Sebaliknya, *double system* memungkinkan perekaman suara secara terpisah menggunakan perangkat audio eksternal, sehingga memberikan kualitas dan fleksibilitas yang lebih baik. Melalui perbandingan hasil rekaman dari kedua sistem tersebut, peserta dapat melihat secara langsung perbedaan kualitas audio yang dihasilkan serta memahami pentingnya pemilihan metode perekaman sesuai dengan kebutuhan produksi.

Tahap berikutnya berfokus pada teknik dasar perekaman suara yang meliputi pengaturan level input untuk menghindari distorsi (*clipping*), pengelolaan jarak dan arah mikrofon, pengendalian kebisingan lingkungan, penggunaan aksesoris pendukung seperti *windscreen* dan *shock mount*, serta pentingnya monitoring suara menggunakan *headphone*. Materi ini disampaikan melalui demonstrasi dan latihan singkat sehingga peserta dapat merasakan secara langsung perbedaan kualitas suara ketika teknik dasar diterapkan dengan tepat.

Setelah sesi perekaman, peserta diperkenalkan pada alur kerja pascaproduksi tata suara sebagai bagian penting dalam menghasilkan audio yang profesional. Proses ini meliputi sinkronisasi audio dan video, penyuntingan dialog untuk

membersihkan suara dari gangguan, penambahan dan pengolahan efek suara, penentuan penempatan musik (*music spotting*), serta tahap akhir final *mixing* dan *mastering* untuk menyeimbangkan seluruh unsur suara. Pemahaman terhadap alur ini memberikan gambaran menyeluruh kepada peserta mengenai struktur kerja produksi tata suara dari tahap awal hingga penyelesaian akhir.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengikuti seluruh rangkaian materi dengan baik dan mengalami peningkatan pemahaman terhadap teknik dasar tata suara. Peserta mampu membedakan kualitas rekaman *single system* dan *double system*, mengoperasikan berbagai jenis mikrofon dengan benar, memahami struktur unsur suara dalam konten audio-visual, serta mengenali tahapan alur kerja pascaproduksi audio. Dampak kegiatan ini terlihat pada peningkatan kualitas produksi konten peserta, khususnya bagi pelaku UMKM yang membutuhkan materi promosi audio-visual yang lebih profesional serta tenaga pendidik budaya Betawi yang memerlukan dokumentasi kegiatan budaya yang representatif dan layak publikasi.

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa workshop tata suara yang dilaksanakan di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan dapat disimpulkan berlangsung dengan baik dan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui rangkaian materi yang disusun secara

sistematis, peserta memperoleh pemahaman dasar yang kuat mengenai tata suara sebagai bagian penting dalam produksi film, tayangan audio-visual, dan konten digital. Pemahaman terhadap tiga unsur utama suara—*speech*, efek suara, dan musik—memberikan landasan konseptual bagi peserta dalam merancang struktur audio yang mendukung pesan visual secara efektif.

Pelatihan teknis mengenai penggunaan mikrofon kondensor dan mikrofon personal (*lavalier*) memberikan pengalaman praktis kepada peserta dalam memilih dan menerapkan perangkat perekaman yang sesuai dengan kebutuhan produksi. Selain itu, pembahasan mengenai perbedaan sistem perekaman *single system* dan *double system* membantu peserta memahami secara langsung pengaruh metode perekaman terhadap kualitas hasil audio. Melalui perbandingan dan praktik tersebut, peserta mampu mengenali kelebihan dan keterbatasan masing-masing sistem serta menentukan pilihan yang tepat sesuai konteks penggunaan.

Penjelasan mengenai alur kerja pascaproduksi tata suara, mulai dari proses sinkronisasi audio dan video hingga tahap *final mixing*, memberikan wawasan menyeluruh tentang standar kerja profesional dalam produksi audio. Pemahaman ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memperluas perspektif mereka terhadap pentingnya perencanaan dan ketelitian dalam setiap tahapan produksi.

Secara keseluruhan, workshop ini berkontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, komunitas seni, dan

tenaga pendidik kebudayaan dalam menghasilkan konten audio-visual yang lebih berkualitas, representatif, dan kompetitif. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pelatihan tata suara yang terstruktur dapat menjadi sarana strategis untuk mendukung promosi usaha, dokumentasi budaya Betawi, serta penguatan ekonomi kreatif berbasis teknologi audio-visual di lingkungan masyarakat.

## KEPUSTAKAAN

Bordwell, David, and Kristin Thompson. *Film Art: An Introduction*. Boston: McGraw-Hill, 2008.

Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing, 2010.

Chion, Michel. *Audio-Vision: Sound on Screen*. New York: Columbia University Press, 1994.

Holman, Tomlinson. *Sound for Film and Television*. Oxford: Focal Press, 2010.

Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, 2010, pp. 59–68.

Rose, Jay. *Audio Post Production for Film and Video*. 2nd ed. Oxford: Focal Press, 2009.

Rumsey, Francis, and Tim McCormick. *Sound and Recording: An Introduction*. Oxford: Focal Press, 2009.

Thompson, Roy, and Christopher J. Bowen. *Grammar of the Edit*. Oxford: Focal Press, 2013.

Zimmerman, Marc A. "Empowerment Theory: Psychological, Organizational, and Community Levels of Analysis." *Handbook of Community Psychology*. New York: Springer, 2000, pp. 43–63.

## **Kirimkan Artikel Anda ke Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat menerima artikel Anda secara *Open Journal Systems* (OJS). Artikel yang dikirim ke Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat belum pernah dipublikasikan di mana pun dan sedang di *review* untuk dipublikasikan ke jurnal lain.

### **Pengiriman secara Online / Online Submission**

Penulis harus melakukan registrasi akun terlebih dahulu. Registrasi diperlukan untuk mengirimkan artikel secara *online* dan untuk memeriksa status pengiriman saat ini. Silakan mengunjungi tautan OJS Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat di <http://jelajah.fft.v.ikj.ac.id> dan kunjungi menu *Author Guideline* kami.

### **Registrasi**

Tautan: <http://jelajah.fft.v.ikj.ac.id/index.php/jurnal/user/register>

### **Syarat Umum Penulisan Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat:**

1. Artikel yang dikirimkan harus merupakan karya penulis sendiri, bukan hasil plagiarisme, dan belum pernah dipublikasikan di jurnal lain.
2. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa tulisan yang diterbitkan adalah hasil plagiarisme tanpa sepengetahuan Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat, maka penulis bertanggung jawab penuh atas segala sanksi yang dijatuhkan kepada penulis.
3. Artikel yang dikirimkan harus berupa hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berkaitan dengan Film, Fotografi, Televisi dan Media Baru, silahkan menuju menu *Focus and Scope* pada laman jurnal.
4. Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat, hanya menerima tulisan dalam bentuk *softcopy* yang dikirim melalui sistem OJS.

### **Bahasa**

1. Artikel dapat ditulis dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.
2. Jika artikel ditulis dalam bahasa Indonesia, harus mengikuti kaidah Ejaan yang disempurnakan dan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI).
3. Jika artikel ditulis dalam bahasa Inggris, silakan mengikuti ejaan menurut *American English*.

## Format Penulisan Umum

1. Panjang artikel sebaiknya antara 15 sampai 25 halaman kertas ukuran A4 (double-sided, and 1.5 line spacing). tidak termasuk Abstrak, Kata Kunci, dan Bibliografi. Artikel diketik dalam font Times New Roman, 12 poin, dengan spasi antarbaris 1,5 dalam format Microsoft Word (.doc atau docx).
2. Paragraf baru harus dimulai 0.5 mm dari margin kiri, menggunakan jenis font Times-New—Romans ukuran 12. Margin atas dan bawah 1,5 dan 0,8 inci.
3. Judul ditulis dengan huruf kapital hanya pada kata pertama atau nama khusus (contoh: nama lokasi), ukuran huruf 14, posisi tengah.
4. Sub judul ditulis dengan gaya UPPERCASE BOLD berukuran 11 font, dimulai dari margin kiri. Ditulis dengan huruf kapital hanya pada kata pertama atau nama khusus. Harus dimulai dari margin kiri.
5. Referensi harus dari publikasi sepuluh tahun terakhir (> 80%), kecuali untuk referensi kunci (80%). Merujuk ke buku teks apa pun harus diminimalkan (<20%).
6. Sitasi di badan teks harus menggunakan nama keluarga dan halaman yang dikutip. Contoh:

Yang dimaksud dengan teori film adalah ... (Bordwell 5).

Penulis disarankan untuk menggunakan software Mendeley Reference.

## Struktur Naskah

**Judul.** Judul artikel harus singkat, jelas dan informatif, tidak lebih dari 12-15 kata.

**Nama penulis dan institusi.** Nama penulis harus disertai dengan institusi penulis dan alamat email. Untuk makalah bersama, salah satu penulis diberitahukan kepada penulis terkait.

**Abstrak dan kata kunci.** Abstrak harus kurang dari 150-200 kata. Harap berikan abstrak dalam versi bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Kata kunci harus terdiri dari 3 sampai 5 kata atau frase, ditulis menurut abjad.

**Pengantar.** Bagian ini adalah hal mendasar atau urgensi permasalahan yang melatarbelakangi ditulisnya kajian/penelitian, yang penting juga harus menunjukkan signifikansi dan kebaruan penelitian (15-20% dari total panjang artikel).

**Metode.** berisi tentang pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, pengembangan, pengalaman praktis, dan pemecahan permasalahan lainnya, yang terdiri atas: tempat, waktu, teknik pengumpulan data/perancangan dan metode analisis data.

**Hasil dan Pembahasan.** Berisi uraian tentang hasil pelaksanaan penelitian, konsep pemikiran, pengembangan, pengalaman praktis, dan pemecahan permasalahan lainnya dalam lingkup pengabdian kepada masyarakat, yang dilengkapi dengan alasan-alasan dan argumen yang akurat.

**Simpulan.** Berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan diharapkan menonjolkan jawaban dari permasalahan, hipotesis, atau temuan penting yang didapatkan. Kesimpulan bukan pengulangan dari hasil dan pembahasan.

**Kepustakaan.** Bagian ini memuat sumber-sumber yang dirujuk, dan semua sumber yang dirujuk harus tercantum dalam daftar rujukan. Daftar rujukan ini minimal 80% berupa pustaka terbitan 10 tahun terakhir. Rujukan harus merupakan sumber primer (artikel, buku, laporan penelitian atau jenis publikasi lain yang dirujuk dalam badan manuskrip. Cara penulisan sitasi dan kepustakaan mengacu pada sistem Mendeley dengan pilihan style MLA (Modern Language Association of America). Disusun secara alfabetis pada bagian akhir tulisan.

**Apabila mengalami kendala berupa kerusakan sistem OJS dan sebagainya, silakan menghubungi redkasi melalui e-mail [pkmfftv@ikj.ac.id](mailto:pkmfftv@ikj.ac.id). Jelajah Sinema: Jurnal Pengabdian Masyarakat hanya menerima artikel dalam bentuk *softcopy*.**

**Mengelola Workshop Sinematografi dengan Proporsional: Strategi Pengendalian Alur Kegiatan dari Perencanaan hingga Evaluasi**

Supriyanta, Diva Eureka, Ngadman

**Pemanfaatan AI dan *Foto Story* dalam Program *Urban Frame* Sinematik: Pemberdayaan Peserta Melalui Pengolahan Foto Berbasis AI dan Penyusunan Narasi Visual dalam Konteks Lingkungan Urban**

Adji Cahyono, Amran Malik, Ferdiansyah

***Storytelling* sebagai Fondasi Kreatif Konten Promosi Efektif dalam Workshop *Urban Frame Cinematic* Setu Babakan: Proses memahami *key selling point*, desain karakter, dan narasi dalam praktik kreatif konten promosi.**

Diva Eureka, RB Armantono

**Pelatihan Kemampuan *Editing* Video pada UMKM dan Pelaku Seni di Setu Babakan: Mengenal Video *Editing* Menggunakan Aplikasi Capcut Untuk Kebutuhan Promosi Produk UMKM Pada Destinasi Wisata Kota Jakarta**

Iriani, Kusen Dony Hermansyah, Hendry Gunawan

**Workshop Membangun Penataan & Kualitas Suara Dalam Konten Digital: Peningkatan Kapasitas Produksi Audio-Visual Melalui Pemahaman Unsur Suara & Teknik Perekaman**

Andrew Saputro, Yogi Tri Kuncoro



Institut  
Kesenian  
Jakarta

Fakultas Film dan Televisi  
Institut Kesenian Jakarta  
Email: [pkmfftv@ikj.ac.id](mailto:pkmfftv@ikj.ac.id)

