

Pelatihan Produksi Video Promosi Operator Arung Jeram Kompas Adventure Desa Rambeanak, Mungkid, Magelang

Lilik Kustanto¹, Agnes Widyasmoro², Dafi Muhammad Hegar Elbaraja³

Program Studi Film dan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jalan Parangtritis Km. 6,5 Yogyakarta, Daerah istimewa Yogyakarta

No. Tlp.: 087822687909, *E-mail*: kajurtelevisi@gmail.com

ABSTRAK

Desa Rambeanak, Mungkid, Magelang merupakan desa yang terletak di wilayah Candi Borobudur. Desa Rambeanak memiliki potensi-potensi yang banyak, di antaranya makanan khas, kerajinan tangan, dan wisata arung jeram Sungai Elo. Wisatawan arung jeram sungai Elo sangatlah ramai, terlebih pada akhir pekan. Hal ini mengakibatkan bermunculannya banyak operator arung jeram sebagai jasa wisata arung jeram. Salah satu operator tersebut adalah “Kompas Adventure” yang anggotanya adalah anak-anak muda Desa Rambeanak. Operator tersebut sudah memiliki pelanggan yang sebagian besar mendapatkan informasi melalui media sosial Instagram dan Tik Tok. Namun, informasi tersebut perlu ditingkatkan dengan video promosi wisata arung jeram yang lebih menarik dan informatif. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini memberikan penyuluhan atau pelatihan dalam pembuatan video promosi agar para kru operator di Desa Rambeanak semakin memiliki kemampuan dalam pembuatan video untuk meningkatkan promosi dan memberikan layanan dokumentasi wisatawan arung jeram. Metode pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan materi teori dan teknis yang dilakukan dengan berbasis proyek. Setelah mendapatkan materi teori dan pengetahuan teknis, peserta praktik langsung dengan mengerjakan sebuah proyek, yaitu produksi video promosi dengan pendampingan dari para penyuluh kegiatan.

Kata kunci: video promosi, operator arung jeram Kompas Adventure, promosi

ABSTRACT

Training On The Production Of Promotional Video For Rafting Operators Of Kompas Adventure

Rambeanak Village, Mungkid Magelang Regency

Rambeanak Village located in Mungkid, Magelang is a village near to Borobudur temple. Rambeanak Village has potentials continuously serve as tourist destinations. It has a lot of enchanting wood handicrafts and one of the favorite destinations for the tourists is rafting tour in Elo river. Elo river rafting has a huge number of visits, especially on weekends. Therefore, the number of rafting tour operators has been increasing. One of these operators is "Kompas Adventure" whose members are children from Rambeanak Village. The operator already has customers who mostly get information about the tour through Instagram and Tik Tok. However, the contents of Kompas Adventure's social media need to be improved. The media are supposed to be interesting, informative, and highly persuasive. Therefore, this activity provides counseling or training in making promotional videos so that the operator crew in Rambeanak Village increasingly has the ability to make more creative and persuasive videos to improve promotion. Besides, they are also able to provide documentation services for rafting tourists. The authors implemented face-to-face method during the training, involving theoretical and technical materials carried out on a project-based basis. After getting theoretical material and technical knowledge, then the participants were encouraged to direct practice by working on a project. They were asked to create promotional videos assisted by the authors.

Keywords: promotional video, rafting operator Compass Adventure, promotion

1. PENDAHULUAN

Desa Rambeanak, Mungkid memiliki total 14 dusun dengan mata pencaharian masyarakat mayoritas petani dan karyawan

perusahaan/pabrik. Desa Rambeanak berada di Mungkid, Magelang yang memiliki banyak potensi pariwisata. Salah satu potensi yang paling menonjol adalah Desa Rambeanak, yang dilewati aliran Sungai Elo, sungai yang menjadi andalan wisata arung jeram di Kabupaten Magelang.

Sungai Elo yang berada di Kabupaten Magelang dengan *Grade* III dan mempunyai jarak 12 km selama 3 jam pengarungan dirasa lebih cocok untuk masyarakat yang ingin mencoba destinasi wisata arung jeram (Ningsih, 2016).

Keindahan jalur Sungai Elo dengan air yang jernih, dikelilingi hutan dan pemandangan pedesaan di sepanjang jalurnya menjadi ciri khas arung jeram di sungai ini. Desa Rambeanak merupakan salah satu *spot* yang sering digunakan untuk pemberhentian. Hal ini membuat masyarakat Desa Rambeanak bergotongroyong untuk mengelola wisata arung jeram ini dengan lebih serius. Salah satunya adalah dengan mendirikan tempat rehat berupa kafe dengan gaya tradisi untuk para peserta arung jeram yang melakukan pemberhentian di Rambeanak.

Arung jeram adalah suatu aktivitas pengarungan bagian alur sungai yang berjeram (riam) dengan wahana tertentu, seperti perahu karet, kayak, dan kano (Diktat Arung Jeram Madawirna dalam Ningsih, 2016).



Gambar 1 Foto Dokumentasi Kegiatan Arung Jeram di Sungai Elo, Magelang (Sumber: <https://desarambeanak.magelangkab.go.id>, 5 April 2024)

Selain itu, juga didirikan layanan wisata arung jeram sebagai jasa operator arung jeram yang bernama Kompas Adventure. Kompas Adventure menjadi salah satu operator wisata arung jeram yang sudah berjalan dan mendapatkan pelanggan dan kunjungan wisata arung jeram yang baik. Namun, sebagai operator arung jeram, di daerah Kabupaten Magelang

tumbuh operator lainnya. Walaupun menjadi mitra kerja, namun juga menjadi bagian kompetitif yang positif yang mendorong tiap operator untuk memberikan pelayanan dan tawaran wisata terbaik. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan persaingan sehat dan meningkatkan layanan, jasa wisata perlu melakukan promosi wisatanya dengan masif dan menarik, salah satunya melalui media daring (Instagram dan Tik Tok). Untuk pembuatan promosi dalam bentuk video tersebut maka masih belum optimal sehingga perlu ada pelatihan dalam produksi video promosi dan pelatihan dokumentasi wisata bagi operator Kompas Adventure sub Desa Rambeanak.

Promosi menjadi hal penting karena bertujuan memberikan informasi dan meyakinkan calon pelanggan terhadap suatu hal yang ditawarkan (Astrama dan Mahayasa dalam Akbari et al., 2022). Dengan demikian, promosi operator wisata arung jeram ini sangat perlu dibuat dengan strategi yang tepat sehingga menjadi bagian dari strategi pemasaran. Promosi sebagai salah satu dari serangkaian proses strategi pemasaran agar produk yang ditawarkan dapat berinteraksi dengan pasar (Kotler dalam Akbari et al., 2022).

Anggota dari operator Kompas Adventure sejumlah 35 orang, namun yang ada di Desa Rambeanak berjumlah 8 orang. Dengan demikian, pelatihan dalam penyuluhan ini berfokus pada Desa Rambeanak dengan jumlah peserta pelatihan sebanyak 8 orang peserta. Kegiatan operator arung jeram secara nyata memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Rambeanak khususnya yang terlibat dalam operator arung jeram tersebut karena kegiatan tersebut menjadi salah satu sumber penghasilan yang menjanjikan dan dapat berkembang dengan berbagai macam turunan usaha lainnya.



Gambar 2 Foto Dokumentasi kegiatan Arung Jeram di Sungai Elo, Magelang

(Sumber:

<https://desarambeanak.magelangkab.go.id>,

5 April 2024)

Pariwisata pendukung di seputar Borobudur menjadi alternatif yang melengkapi tujuan wisata selain Candi Borobudur. Salah satu yang memiliki daya tarik cukup tinggi adalah wisata arum jeram atau *rafting*. Dari ke sekian operator, menjadikan bisnis wisata arum jeram cukup menjanjikan, tetapi juga menjadi sangat kompetitif. Persaingan sehat ini sangat menarik dan mendorong tiap operator untuk dapat memberikan layanan wisata terbaiknya. Dalam menghadapi persaingan yang sehat ini maka perlu adanya promosi yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat. Penggambaran layanan wisata, keramahan, fasilitas, dan berbagai macam hal yang ditawarkan operator kepada pengunjung harus dapat diketahui oleh masyarakat/wisatawan dengan baik.

Permasalahan yang dihadapi dari operator Kompas Adventure Desa Rambeanak adalah belum optimalnya promosi yang dibuat sehingga masyarakat belum sepenuhnya mendapatkan informasi operator tersebut dan belum mendapatkan informasi layanan wisata yang ditawarkan. Dari kondisi dan permasalahan yang sudah disampaikan, solusi yang bisa ditawarkan adalah pelatihan pembuatan video promosi yang menarik yang dapat merangkum informasi tawaran layanan wisata arum jeram untuk disebarluaskan melalui media promosi, seperti Tiktok dan Instagram.

Sesuai dengan pemikiran Akbari et al. (2022), video promosi sebagai penayangan

informasi yang bersifat audiovisual dan merupakan kunci dalam mengenalkan sebuah produk atau informasi kepada konsumen.

Strategi pemasaran sangat penting didukung dengan penggunaan teknologi yang tepat akan membantu usaha pemasaran dan membantu memenangkan kompetisi dengan kompetitor lain seperti pendapat (Wibawa & Suryawan, 2017).

Melihat dan mempertimbangkan kondisi arus informasi saat ini, pemilihan strategi dalam mendukung pemasaran dan meningkatkan kunjungan wisata arum jeram operator “Kompas Adventure”, perlu penerapan teknologi, yaitu pembuatan video promosi. Penerapan ini diimplementasikan melalui pelatihan dalam produksi video promosi dan jasa layanan dokumentasi video para pengunjung sehingga memiliki nilai jual dan nilai yang menarik bagi para pengunjung.

J.C. Andrews and T. A. Shimp dalam A’lawiyah et al. (2021) berpendapat bahwa video promosi merupakan suatu tayangan informasi tentang suatu produk dan berbentuk audiovisual yang dapat digunakan untuk mengenalkan produk tersebut.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan cara membuat sebuah video promosi usaha operator arum jeram agar semakin menarik, mudah diakses, serta *up to date* dengan situasi dan kondisi masyarakat saat ini terkait kebutuhan wisata dan kuatnya arus informasi melalui media sosial.

Merujuk pemikiran Tinarbuko dalam Ningsih (2016), tentang efektivitas penyampaian pesan menjadi hal utama dalam pembuatan media promosi. Dengan demikian, media promosi sebagai penyampai pesan perlu strategi agar efektif dan efisien. Hal tersebut tidak banyak diketahui oleh masyarakat umum. Oleh karenanya, sangatlah perlu pengetahuan dalam pembuatan video promosi agar pesan dapat disampaikan dengan jelas, efektif, dan efisien.

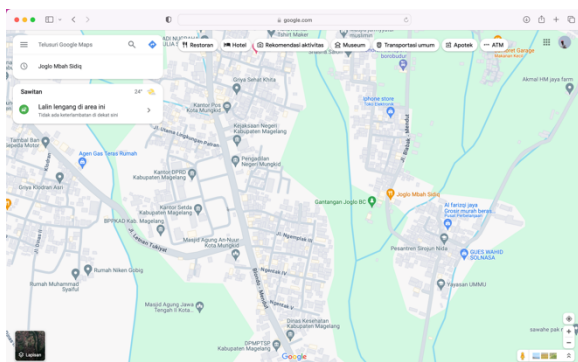
Selain itu, juga memberikan pengetahuan teknis dalam sebuah produksi video agar dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan dalam pelayanan tamu wisata arum jeram terkait paket dokumentasi wisata.

Manfaat nyata pelatihan adalah kemampuan bagi kru operator arum jeram yang akhirnya bisa memahami dan mampu membuat sebuah karya audiovisual dengan metode yang benar untuk promosi pariwisata khususnya operator arum jeram Kompas Adventure di Desa Rambeanak.

Promosi sebagai salah satu hal yang penting dalam kegiatan pemasaran membuat berbagai industri berusaha untuk menciptakan promosi yang menarik, salah satunya industri pariwisata (Arini & Wibisono, 2022).

Manfaat bagi penyuluh/dosen adalah bisa menyalurkan keilmuan yang bisa bermanfaat lebih bagi penggunanya. Khususnya dalam hal ini adalah pembuatan karya audiovisual untuk promosi pariwisata. Penyuluhan seni ini juga memiliki manfaat besar bagi pemerintah daerah. Meningkatnya promosi akan meningkatkan juga nilai pariwisata daerah sehingga berdampak pada peningkatan potensi daerah khususnya dalam hal pariwisata arum jeram.

Akbari et al. (2022) berpendapat bahwa video bukan hanya sebagai penyebar informasi, melainkan juga sebagai media untuk memasarkan produk dan jasa. Video memiliki sifat yang sangat informatif, komunikatif, dan menarik bagi penontonnya.



Gambar 3 Foto Joglo Mbah Sidiq,
Denah Lokasi Penyuluhan

Sumber: <https://www.google.com/maps/@-7.5920985,110.2219391,17z?entry=ttu>

Kegiatan dilaksanakan di Joglo Mbah Sidiq, Rambeanak, Mungkid, Magelang. Tempat tersebut sekaligus sebagai tempat istirahat setelah peserta arung jeram dari operator Kompas Adventure sampai titik *finish* yang berada tidak jauh dari lokasi joglo. Dengan demikian, tempat yang digunakan sebagai pelatihan sangatlah efektif

dan dapat sekaligus untuk melakukan riset kondisi ketika ada peserta arung jeram yang beristirahat sambil menikmati kuliner di Joglo Mbah Sidiq.

Lokasi Joglo Mbah Sidiq memiliki akses yang mudah dijangkau dan sangat strategis, terlebih sangat dekat dengan tempat pendaratan arung jeram atau *finish* dari operator Kompas Adventure. Dengan demikian, lokasi ini dipilih sebagai tempat penyuluhan karena lebih mendekatkan suasana kegiatan arung jeram untuk mendukung baik pengamatan situasi maupun dorongan semangat dalam proses penyuluhan. Joglo Mbah Sidiq memiliki 2 joglo besar yang terbuka dan 1 pendopo kecil serta tempat mandi (toilet) yang cukup memadai dan representatif.



Gambar 4 Foto Joglo Mbah Sidiq
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Di samping itu, Joglo Mbah Sidiq juga memiliki parkir kendaraan yang cukup luas. Fasilitas lain yang menarik, bahwa Joglo Mbah Sidiq menyediakan kuliner yang sangat tepat disantap setelah selesai melakukan kegiatan arung jeram. Oleh karenanya, pemilihan lokasi penyuluhan ini sangatlah tepat dan sesuai dengan materi yang disampaikan dalam kegiatan penyuluhan



Gambar 5 Foto Joglo Mbah Sidiq Area Dalam
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan ini adalah metode tatap muka, diskusi, dan praktik langsung dengan berbasis proyek. Kegiatan tatap muka membahas materi teori dan selanjutnya akan dilakukan kegiatan diskusi untuk melihat capaian materi dan pemahaman dari peserta penyuluhan.

Praktik berbasis proyek adalah kegiatan praktik baik aplikasi teori maupun praktik teknis dilakukan bersamaan dengan melaksanakan sebuah proyek, yaitu pembuatan video promosi sehingga peserta langsung terjun untuk melakukan praktik dan selalu dalam pendampingan untuk memberikan arahan dan saran dari masalah yang dihadapi peserta di lapangan.

Proses kegiatan penyuluhan memiliki durasi waktu yang cukup singkat, yaitu selama satu bulan, dari 1 - 29 Februari 2024. Dengan demikian, proses penyuluhan dilaksanakan cukup padat dan ada beberapa kegiatan yang dilaksanakan dalam satu hari untuk dua materi. Hal tersebut mengingat durasi pelaksanaan yang pendek serta menyesuaikan jadwal para peserta dan penyuluh. Metode penyuluhan adalah dengan tatap muka, diskusi, dan praktik di lapangan. Peserta pelatihan pada dasarnya memiliki pengalaman dan kemampuan melakukan perekaman gambar menggunakan alat perekam baik kamera genggam maupun kamera DSLR. Namun, mereka belum sepenuhnya memahami teknis pengambilan gambar dan penyusunan cerita dalam sebuah produksi video, khususnya video promosi.

Pada awalnya, beberapa peserta sudah pernah membuat konten video dan melakukan produksi, tetapi masih dalam tahapan dokumentasi dan belum diperkuat *storytelling* (Putra Sadewa, 2023).

Oleh karenanya, penyuluhan ini guna meningkatkan kemampuan dan pengalaman dalam produksi video dan penguasaan, baik teknis maupun estetisnya.



Gambar 6 Foto Kegiatan Penerjunan Penyuluh oleh LPPM ISI Yogyakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kegiatan penyuluhan diawali dengan penerjunan tim penyuluhan yang diserahkan kepada pihak Desa Rambeanak oleh pihak LPPM ISI Yogyakarta. Penerjunan ini sebagai bagian penanda kegiatan resmi penyuluhan yang dilaksanakan para dosen di bawah LPPM ISI Yogyakarta.

Materi awal sebagai dasar peningkatan pengetahuan tentang produksi video adalah tentang produksi dan tahapan produksi. Materi terbagi menjadi materi teori dan praktik. Materi teori meliputi tahapan produksi, penulisan naskah, manajemen produksi, riset, pengetahuan teknis, dan proses *editing*. Materi praktik lebih berorientasi pada praktik langsung di lapangan, seperti pembentukan tim produksi, riset lapangan, teknik pengambilan gambar, dan *editing*.



Gambar 7 Foto Pemberian Materi oleh Dosen Penyuluh
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 7 menunjukkan proses pemberian materi oleh dosen penyuluh. Materi tentang standar operasional dalam produksi menjadi sangat penting dikarenakan pengetahuan ini akan membantu dalam melakukan perancangan yang sistematis dan terstruktur baik dalam pengorganisasian produksi maupun dalam segi estetik (ide dan pengembangannya). Pada tahapan ini peserta

diharapkan mengetahui standar operasional produksi video dan dapat mulai membagi tahapan yang akan dilaksanakan ketika akan melakukan sebuah produksi video.

Kegiatan riset menjadi hal yang penting dalam setiap produksi video. Data hasil riset selanjutnya diolah menjadi naskah sebagai panduan dari semua bagian produksi.



Gambar 8 Riset Lokasi Area *finish* Arung Jeram
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Peserta penyuluhan diberikan arahan dan pelatihan untuk melakukan riset lapangan guna mengamati potensi dan kelemahan yang kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan ide gagasan.



Gambar 9 Foto Peserta Sedang Berlatih Menemukan Ide Gagasan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pelatihan selanjutnya penyusunan tim produksi dengan memberikan materi tentang manajemen produksi yang di dalamnya ada bagian penting, yaitu melakukan rapat produksi selain penjadwalan, pembiayaan, dan pendataan kebutuhan peralatan teknis dan operasional di lapangan. Materi manajemen produksi salah satunya mengajarkan bagaimana melakukan rapat produksi sebelum dilakukannya pengambilan gambar. Metode tatap muka dan praktik langsung menjadi lebih efektif untuk disampaikan dan mudah dipahami oleh peserta penyuluhan.

Materi tentang mengembangkan ide untuk menjadi sebuah naskah awal atau *story outline*. Peserta penyuluhan melakukan diskusi atas hasil riset dan apa yang menjadi ide gagasan masing-masing kemudian dicoba untuk dirumuskan dalam satu rangkaian gagasan cerita yang memiliki fokus pada promosi kegiatan arung jeram dan penunjangnya, seperti fasilitas, akses, keamanan, dan pelayanan dari operator. Selain itu, mempertimbangkan kompetitor lain dengan kelebihan mereka untuk dapat menjadi bahan dalam membuat naskah akhir dari pembuatan video promosi. Peserta diajarkan tentang menulis naskah sederhana dan konsep berpikir penulis naskah dalam kerangka pikir atau pertimbangan seorang sutradara dan editor. Pengetahuan dasar ini akan membantu memberikan pemahaman dan olah pikir dalam merangkai ide dalam sebuah cerita yang menarik dan berisi berbagai elemen, baik teknis maupun estetis di dalamnya.

The more the screenwriter can confidently incorporate the considerations of the director and editor (indeed, the sound designer, too) in shaping the screenplay, the more likely the writer will be able to shape the screenplay in such a way that it utilizes as much of the formal cinematic elements as possible (Knudsen, 2016).

Peserta diberikan pengetahuan untuk menganalisis secara sederhana tentang objek arung jeram dan operator Kompas Adventure yang akan menjadi objek dari pembuatan naskah cerita. Peserta diberikan cara menganalisis objek baik kekuatan, kelemahan, peluang, dan diferensiasi dengan operator lain. Selanjutnya, diskusi bersama hasil ide gagasan tersebut untuk dirumuskan menjadi satu rangkaian cerita utama. Metode diskusi menjadi sangat menarik dan memberikan ruang untuk mengembangkan pengetahuan para peserta. Peserta dilatih untuk dapat menuangkan ide gagasan dari apa yang sudah dianalisis dan diberikan pendampingan dan arahan oleh penyuluh.



Gambar 10 Foto Peserta Diskusi Ide
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 10 menunjukkan kegiatan penyuluhan hal teknis (perangkat produksi video). Peserta sangat antusias dan dengan tanya jawab serta praktik langsung menjadikan pemahaman tentang teknis lebih mudah dan cepat dipahami. Materi yang diberikan terkait dalam pengambilan gambar atau sinematografi dasar. Peserta diajarkan untuk dapat bercerita melalui gambar-gambar bergerak. Dengan demikian, pengambilan gambar selalu memiliki motivasi dan tujuan serta rangkaian tertentu untuk menyampaikan atau menarasikan hal tertentu. Pengetahuan ini sangat mendukung kemampuan dasar menginterpretasikan naskah ataupun peristiwa yang kemudian dikisahkan kembali dalam serangkaian gambar.

Cinematography is more than just photography; it is the process of taking ideas, words, actions, emotional subtext, tone, and all other forms of nonverbal communication and rendering them in visual terms. As we will use the term here, cinematic technique is the entire range of methods, and techniques that we use to add layers of meaning and subtext to the “content” of the film—the actors, sets, dialog, and action (Brown, 2011).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penyuluhan seni di Desa Rambeanak dilaksanakan selama satu bulan. Waktu yang cukup singkat dan perlu pengaturan jadwal dan metode penyuluhan yang tepat. Hal tersebut menjadi dasar dapat terlaksananya kegiatan penyuluhan dengan baik, tepat sasaran, dan hasil yang dicapai sesuai dengan harapan.



Gambar 11 Foto Peserta Kegiatan Praproduksi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pelaksanaan proyek ini terbagi menjadi tiga tahapan utama yaitu, praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada tahap praproduksi dilakukan pencarian informasi tambahan dari perspektif *stakeholders, expertise, and customer* sebagai acuan dan masukan dalam pembuatan video melalui tahap observasi dan wawancara (Arini & Wibisono, 2022).

Tahapan kegiatan penyuluhan seni di Desa Rambeanak:

1. Persiapan perencanaan kegiatan dilakukan koordinasi dengan peserta pelatihan, alat, dan bahan pelatihan. Pertemuan awal ini merupakan tahapan koordinasi tentang kesiapan peserta dan lokasi tempat pelaksanaan penyuluhan. Kegiatan ini bertujuan untuk menginformasikan peserta tentang peralatan yang harus disiapkan untuk pelatihan produksi video promosi menggunakan media audiovisual. Pada pertemuan ini juga dijelaskan target dan tujuan akhir dari kegiatan penyuluhan serta cara peserta agar lebih cepat memahami materi yang diberikan.



Gambar 12 Foto Peserta Kegiatan Pelatihan Teknis
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Pelatihan Produksi Video Promosi

Tahap selanjutnya adalah melakukan pemberian materi penyuluhan dengan metode tatap muka dan diskusi serta praktik berbasis proyek. Materi yang diberikan berupa: (a) pengenalan dasar produksi video/film, (b) manajemen produksi, (c) penulisan naskah, (d) teknis pengambilan gambar, dan (e) *editing*.



Gambar 13 Foto Kegiatan Praktik Produksi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada dasarnya, sebelum melakukan proses produksi atau pengambilan gambar akan dibuat panduan pengambilan gambar yang merupakan *breakdown* dari naskah berupa *storyboard* atau catatan bentuk lain sebagai panduan pengambilan gambar.

Untuk itu, sebelumnya dibuat suatu *storyboard* agar dapat diperkirakan urutan adegan video, pergerakan kamera, beserta sudut pengambilan gambar (Hidajat & Joshua, 2023).

Tahap pelatihan dasar produksi menjadi bagian penting dalam perencanaan sebuah produksi sehingga peserta sangat diharapkan mengetahui dan memahami serta mampu untuk mempraktikkan dengan baik. Tahap ini merupakan kelanjutan dari riset dan penulisan naskah. Untuk manajemen produksi diajarkan strategi mengatur berbagai jadwal, kebutuhan tim produksi, kebutuhan teknis dan nonteknis, serta pembiayaan dalam sebuah produksi film/video promosi. Manajemen produksi akan membantu mengatur jalannya proses produksi agar tertata, terencana, dan antisipatif terhadap segala kemungkinan di luar rencana.

Hasil yang dicapai dari kegiatan penyuluhan bagi operator Kompas Adventure sub Desa Rambeanak adalah (1) produksi video promosi operator arung jeram Desa Rambeanak, Mungkid, Magelang yang akan dipublikasikan melalui media sosial dan (2) peningkatan kemampuan dan wawasan tentang produksi video dan promosi melalui media sosial bagi para kru operator arung jeram Kompas Adventure sub Desa Rambeanak, Mungkid, Magelang.



Gambar 14 Foto Kegiatan Praktik dan Pendampingan
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 15 Foto Praktik Riset ke Lapangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 16 Foto Peserta Melakukan Praktik Produksi
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 17 Foto Kegiatan Penarikan Penyuluhan oleh LPPM ISI Yogyakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penyuluhan seni bidang produksi video promosi ini dilaksanakan dengan materi yang padat sesuai dengan waktu yang memang sangat pendek. Namun, dengan metode yang digunakan baik tatap muka, diskusi, maupun praktik dalam proyek yang didampingi dapat memberikan hasil yang optimal. Peserta selain mendapatkan pemahaman pengetahuan teoretis juga langsung melakukan praktik produksi. Praktik produksi dalam proyek pembuatan video promosi pariwisata arung jeram dilaksanakan oleh para peserta dan didampingi para penyuluh. Dengan demikian, peserta dapat langsung praktik dan berdiskusi dengan penyuluh.

Produksi video promosi ini dilakukan dalam waktu yang singkat sehingga para peserta diajarkan pengelolaan manajerial produksi yang cukup detail dan terencana. Dengan demikian, proses perencanaan hingga produksi dapat dilakukan dengan baik sampai pascaproduksi. Pada tahap akhir setelah produksi, dilakukan proses penyusunan gambar (*editing*) sesuai dengan naskah yang direncanakan. Peserta telah diberikan materi *editing* dasar dan pendampingan selama melakukan proses *editing* tersebut. Materi montase diberikan kepada peserta untuk mengenal bagaimana rangkaian antargambar memiliki hubungan, motif, pesan, dan informasi sebagai sebuah pengisahan cerita (*storytelling*).

Dengan demikian, proses *editing* memiliki pemahaman bagaimana bercerita melalui rangkaian gambar dan tersusun dan memiliki nilai estetis. *There is a special form of editing used in dramatic narrative film making that does not aim for continuity at all; this is called montage* (Brown, 2011).

Hasil dari *editing* diharapkan bukan sekadar sebuah urutan kontinuitas, melainkan juga gambar yang memiliki rangkaian yang terkait dengan tema. *A montage is simply a series of shots related by theme* (Brown, 2011).

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan penyuluhan seni yang berjudul Pelatihan Produksi Video Promosi Untuk Meningkatkan Promosi Operator Arung Jeram Kompas Adventure Sub Desa Rambeanak, Mungkid, Magelang telah selesai dilaksanakan. Kegiatan yang merupakan program pengabdian kepada masyarakat dari LPPM ISI Yogyakarta 2024 telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan berlangsung selama satu bulan, yaitu Februari 2024 dengan diikuti oleh sejumlah 8 peserta pelatihan. Kegiatan tersebut telah berhasil dilaksanakan dan telah mencapai tujuan dari kegiatan walaupun belum dapat dikatakan sempurna. Hal ini dikarenakan waktu yang cukup singkat karena jadwal pelaksanaan yang harus berbagi dengan kegiatan lain baik dari penyuluh maupun dari peserta.

Setelah melaksanakan kegiatan tersebut, akhirnya dapat diproduksi sebuah video promosi wisata arung jeram yang menjadi media pendukung peningkatan promosi operator arung jeram Kompas Adventure serta peningkatan kemampuan dan pengetahuan dari para kru operator arung jeram Kompas Adventure sub Desa Rambeanak dalam hal produksi video promosi. Hasil produksi video akan didaftarkan ke hak kekayaan intelektual sebagai karya dari program penyuluhan seni. Di sisi lain para kru atau peserta penyuluhan juga dapat mengembangkan ide gagasan lain yang terkait dengan pelayanan arung jeram dalam hal layanan dokumentasi bagi peserta wisata arung jeram. Hal ini akan meningkatkan daya tarik dan nilai tersendiri dari layanan operator arung jeram.

Kegiatan penyuluhan ini jauh dari kesempurnaan karena berbagai hal yang dihadapi di lapangan, tetapi teratasi dengan baik. Semoga pada kemudian hari masih ada kegiatan yang didukung oleh LPPM ISI Yogyakarta yang dapat melengkapi dan lebih menyempurnakan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan penyuluhan ini tidak lepas dari peran dan dukungan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Kami mengucapkan terima kasih kepada Dr. Nur

Sahid, M.Hum., Ketua LPPM ISI Yogyakarta, yang telah menyetujui dan mendukung kegiatan penyuluhan seni ini; Kepala Desa Rambeanak, Bapak Muhammad Maftufudin, yang dengan terbuka dan penuh semangat menerima dan mendukung selama kegiatan berlangsung; pimpinan operator arung jeram Kompas Adventure, Mas Sukmono Sanyoto dan Mas Anies, yang dengan penuh semangat mengikuti kegiatan pelatihan bersama rekan-rekan lain hingga akhir masa pelatihan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, E., Mathory, S., & Syahna. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. In *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* (Vol. 4, Issue 2).
- A'lawiyah, I., Wibisono, N., & Hardiyanto, N. (2021). *Prosiding The 12 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- Arini, K. A., & Wibisono, N. (2022). *Prosiding the 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- Brown, B. (2011). *Cinematography: Theory and Practice, Image Making for Cinematographers and Directors*. 2nd Ed. Abingdon: Taylor & Francis
- Hidajat, H. & Joshua, G. (2023). Seni Media Rekam: Memulihkan dan Membangkitkan. In *Journal of Animation and Games Studies* (Vol. 9, Issue 2).
- Knudsen, E. (2016). The Total Filmmaker: Thinking of screenwriting, directing and editing as one role. *New Writing*, 13(1), 109–129. <https://doi.org/10.1080/14790726.2016.1142571>
- Ningsih, R. Fihatin. (2016). *Perancangan Media Promosi Arung Jeram di Mendut Rafting*.
- Putra Sadewa, G. (2023). Pelatihan Produksi Video dengan Telepon Pintar untuk Peningkatan Kreativitas Promosi Desa Wisata Dewi Carakan, Wijirejo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 4, 95–104. <https://journal.isi.ac.id/index.php/JPS>
- Wibawa, D. P. A., & Suryawan, I. B. (2017). Strategi Pemasaran Pada Rafting di Desa Kedewatan Kecamatan Ubud. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5, 104–109.