

**PELATIHAN PEMBUATAN DAN PEMANFAATAN FOTO
SERTA VIDEO SEBAGAI MATERI *BRANDING & PROMOSI*
MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN
PENGUNJUNG PADA MUSEUM DAN
GALERI SENI SBY*ANI DI KABUPATEN PACITAN**

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA ASYARAKAT
(KARYA SENI)**



Ketua :

**Agus Heru Setiawan, S.Sn., M.Sn.
NIP. 197712302008121002**

Anggota 1 :

**Widhi Nugroho, S.Sn.,
M.Sn.NIP.
198010122008011010**

Anggota 2 :

**Nur Rahmat Ardi Candra Dwi Atmaja, S.Sn., M.Sn.
NIP. 197911032005011004**

Mahasiswa 1:

Diani Anggreini/NIM 211481003

Mahasiswa 2:

Septafian Putra Pratama/NIM 211481012

**Dibiayai dari DIPA ISI Surakarta sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan
Dalam Rangka Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)
Karya Seni Gelombang 2 Tahun Anggaran 2024 Nomor:
882A.37/IT6.2/PM.03.03/2024
tanggal 17 Mei 2024**

**INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2024**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1	
HALAMAN PENGESAHAN.....	2	
DAFTAR ISI.....	3	
ABSTRAK.....	4	
BAB I PENDAHULUAN		
A. Analisis Situasi.....	5	
B. Permasalahan Mitra.....	8	
BAB II. METODOLOGI		
A. Solusi Yang Ditawarkan.....	11	
B. Target Luaran.....	14	
BAB III. KELAYAKAN PENGUSUL		
A. Kelayakan Pelaksana Program.....	15	
BAB IV. PELAKSANAAN KEGIATAN		
A. Rancangan Kegiatan.....	18	
B. Penyusunan Materi Kegiatan.....	19	
C. Pelatihan Pembuatan Reels	19	
BAB V. PENUTUP		20
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

ABSTRAK

Museum dan Galeri Seni SBY didirikan sebagai penghormatan sekaligus situs untuk mengenang kontribusi Susilo Bambang Yudhoyono beserta mendiang istri Ani Yudhoyono bagi Indonesia. Museum dan galeri seni yang terletak di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur ini menjadi cerminan komitmen keduanya terhadap pelestarian seni dan budaya, serta nilai-nilai nasionalisme. Di samping sebagai lokasi yang digunakan sebagai tujuan wisata khas di Pacitan, museum dan galeri seni ini juga berperan sebagai pusat sumber informasi serta wawasan bagi orang yang berkunjung melalui koleksi yang ada di dalamnya.

*Untuk menaikkan minat dan menjangkau pengunjung yang lebih luas, Museum dan Galeri SBY*ANI menerapkan berbagai strategi promosi. Salah satunya adalah dengan memaksimalkan promosi dan branding dengan menggunakan media sosial. Untuk kebutuhan inilah, pelatihan dan pengembangan ketrampilan untuk melakukan branding dan promosi melalui portal media sosial dengan menggunakan medium foto dan video bagi staf karyawan museum dan galeri, penting dilaksanakan. Kegiatan PKM ini menitikberatkan pada pemberian pengetahuan dan ketrampilan bagi beberapa staf Museum dan Galeri yang ditunjuk untuk pembuatan konten-konten yang kreatif dan inovatif terkait dengan koleksi dan unit unggulan yang dimiliki melalui pelatihan yang terencana. Disamping itu, pelatihan ini juga memberikan pendampingan sehingga dapat menghasilkan konten promosi dan branding yang kompatibel dan efektif untuk di-posting di media sosial. Konten-konten promosi dan branding museum dan galeri seni tersebut dibentuk dalam format foto dan video tematik sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk mengeksplorasi dan melakukan kunjungan ke Museum dan galeri Seni SBY*Ani.*

*Kata kunci : museum sby*ani, galeri, seni, branding, promosi, media sosial.*

BAB I.

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Kecepatan perkembangan teknologi dan informasi mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif sebagai salah satu mata pencarian utama baru di masyarakat umum. Hal tersebut diindikasikan dengan semakin jamaknya produk-produk kreatif yang diproduksi dan didistribusikan melalui platform penjualan digital. Pemerintah Indonesia melihat sektor ekonomi kreatif ini memiliki potensi besar yang dapat mendorong peningkatan devisa negara sehingga mendorong berdirinya Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) hingga berubah menjadi Kementerian Parekraf. Pendirian kementerian yang membawahi sektor ekonomi kreatif secara langsung ini sekaligus menegaskan komitmen dan upaya pemerintah dalam memajukan industri ini.

Kebutuhan atas kreatifitas, berkembang pesat hingga ke areal lembaga-lembaga tradisional yang kurang mendapatkan perhatian secara khusus dalam kerja-kerja kreatif untuk mendukung perkembangannya, termasuk museum seni. Secara umum, salah satu situs yang langsung dirujuk untuk memahami suatu informasi tertentu adalah perpustakaan dengan koleksi buku-buku yang dimilikinya, Begitu juga pandangan umum yang melihat museum, dan museum seni, sebagai situs pengawetan memori masa lalu dan dimanfaatkan sebagai tempat wisata khusus bagi wisatawan yang memiliki juga minat untuk mengalami dan mendapatkan pengalaman khusus pula.

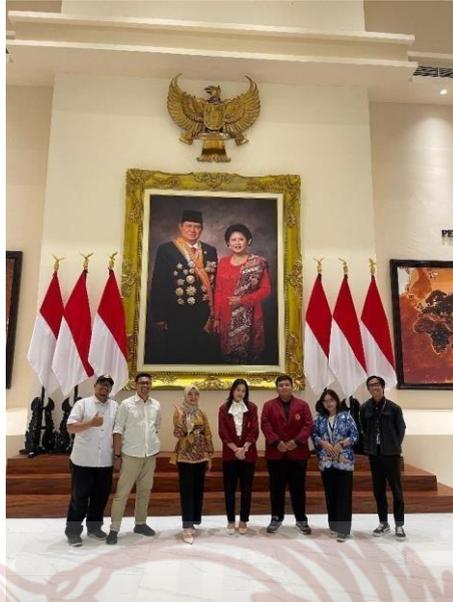
Meskipun demikian, konsep sentris atas perpustakaan sebagai pusat informasi tersebut dan museum sebagai tempat pengawetan material masa lalu terus mengalami evaluasi secara kritis. Hari ini, museum dilihat pula sebagai situs

yang dapat dikategorikan sebagai pusat sumber informasi. Hal tersebut dikarenakan museum juga menyimpan banyak informasi mengenai koleksi yang ada di dalamnya. Dengan demikian museum tidak hanya menjadi tempat untuk berwisata melainkan juga bisa menjadi tempat untuk menambah informasi serta wawasan bagi orang yang berkunjung.

Museum dan perpustakaan memang memiliki kesamaan yaitu: sebagai sumber/pusat informasi, sarana atau sumber penelitian ilmiah, sama-sama melalui proses klasifikasi dan inventarisasi, sekaligus kemiripan sebagai lembaga yang memiliki misi untuk melakukan preservasi. Namun, di balik kesamaan tersebut terdapat perbedaan yang signifikan. Salah satu perbedaan yang mudah diketahui adalah berdasarkan jenis pelayanan informasinya, jika pada museum (penggunaan koleksi) tidak dapat dipinjamkan dengan bebas kecuali untuk kepentingan kegiatan budaya, berbeda dengan perpustakaan yang memang koleksinya dapat dipinjam oleh pengguna perpustakaan. Museum menurut *Internasional Council of Museum (ICOM)*, yakni :

“ a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purpose of education, study and enjoyment ” (Ali Akbar, 2010).

Melalui pemahaman di atas, museum dilihat sebagai sebuah lembaga yang mendedikasikan dirinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum terutama untuk mengedukasi, sumber penelitian dan hiburan bagi masyarakat umum. Museum memiliki fungsi untuk mengumpulkan, melestarikan dan mengkomunikasikan, sekaligus mengkomunikasikan, berbagai macam hal penting baik dalam wujud badan maupun tak benda yang mendukung keberlangsungan pengetahuan sejarah kemanusiaan masyarakat tempatan.



Gambar 1. Kunjungan awal dalam pengambilan data di Museum dan Galeri Seni SBY*ANI.
(Sumber : Atmaja, 2024)

Keterlibatan dunia akademis dari perguruan tinggi seperti halnya dari program studi Film dan Televisi dan Fotografi memang memiliki berbagai potensi untuk berkontribusi untuk pengembangan museum maupun galeri seni. Keterampilan mereka dalam produksi gambar visual seperti foto, video, pengeditan, dan narasi visual sangat relevan untuk mempromosikan dan mengembangkan pengalaman seni secara digital. Dengan kemampuan ini, mereka dapat menciptakan konten seperti serial foto, video eksplorasi koleksi, tur virtual, dokumenter tentang seniman dan karya mereka, serta materi promosi yang menarik bagi audiens luas di media sosial. Museum dan galeri yang semakin banyak mengadopsi teknologi digital akan sangat terbantu oleh perspektif kreatif mahasiswa yang konsentrasinya ada di bidang seni media rekam yang dapat membantu memperluas jangkauan dan memperkaya cara publik mengapresiasi seni.

Kolaborasi antara mahasiswa seni media rekam dan para seniman atau kurator di museum juga membuka peluang bagi mahasiswa untuk belajar langsung

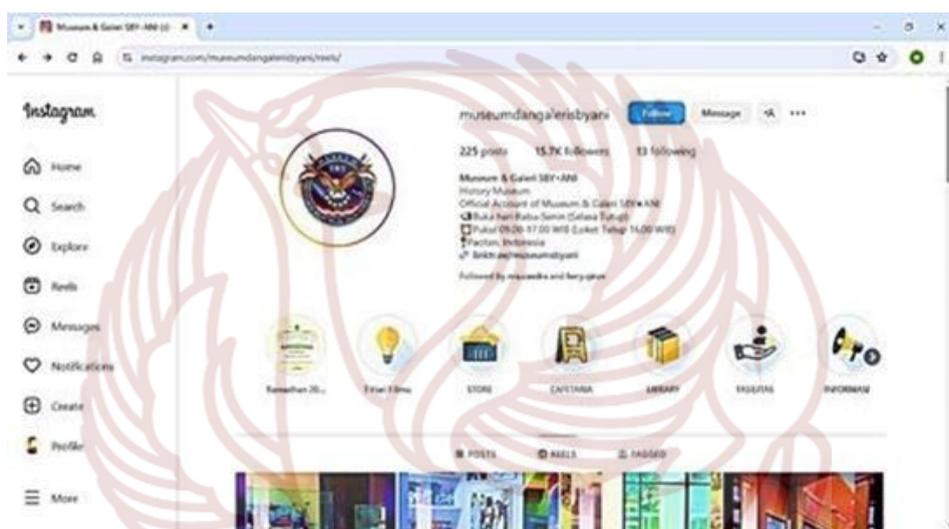
tentang berbagai karya dan aliran seni, sambil berkontribusi melalui karya mereka sendiri. Proyek seperti video promosi atau dokumentasi acara misalnya, memungkinkan mahasiswa untuk menyajikan kisah di balik setiap pameran dengan sudut pandang yang lebih emosional dan mendalam. Melalui proyek-proyek ini, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman praktis tetapi juga berperan dalam memperluas akses masyarakat terhadap seni dan budaya.

B. Permasalahan Mitra

Aktivitas *branding* dan promosi juga dilakukan melalui berbagai macam bentuk baik secara audio, visual, ataupun yang menggabungkan keduanya yaitu audio visual. Media yang digunakan untuk menyebarluaskan bentuk-bentuk promosi tersebut melibatkan media lain selain media tercetak, media yang dimaksud yaitu media sosial. Hari ini, media sosial merupakan kebutuhan bagi masyarakat umum. Hampir setiap orang tidak dapat melepaskan diri dari praktik harian yang melibatkan media sosial, baik produksi maupun sekedar mengkonsumsi. Media sosial tersebut, antara lain: *Instagram, Twitter, Facebook* dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial tersebut juga menjadi andalan bagi berbagai lembaga-lembaga komersial, termasuk museum seni untuk memberikan informasi dan promosi atas dirinya. Museum dan Galeri SBY*ANI yang tahun ini genap berusia 1 tahun, tidak terkecuali. Secara sadar mereka memahami bahwa media sosial merupakan strategi promosi potensial yang harus mereka jalankan.

Melalu kesadaran tersebut, dibutuhkan upaya pengembangan secara kreatif dan inovatif secara berkesinambungan. Pengembangan tersebut dapat dikerucutkan menjadi upaya untuk pembuatan konten-konten terkait berbagai hal

yang menjadi sektor andalan mereka untuk menarik minat para konsumen untuk berkunjung maupun menggunakan fasilitas yang mereka miliki untuk menunjang kegiatan mereka. Melihat pentingnya kebutuhan tersebut, konsepsi format dalam bentuk video (audiovisual) dan juga kekuatan konsep fotografi yang bersifat tematik terkait museum ini sudah tentu harus terus digali dan disiapkan dengan terencana dan baik.



Gambar 2. Media sosial *Instagram* Museum dan Galeri Seni SBY*ANI. (Sumber : <https://www.instagram.com/museumdangalerisbyani/reels/>)

Museum dan Galeri SBY ★ ANI menjadi sebuah destinasi bersejarah dan budaya yang istimewa, didedikasikan untuk memperingati peran Susilo Bambang Yudhoyono dan Ani Yudhoyono dalam sejarah Indonesia. Museum ini menggabungkan pameran sejarah politik dengan koleksi seni, memungkinkan pengunjung untuk melihat sisi kepemimpinan dan kehidupan pribadi SBY secara lebih dekat. Keberadaan koleksi pribadi, memorabilia, dan dokumentasi yang menampilkan momen-momen penting dari masa kepresidenan SBY menciptakan pengalaman yang mendalam, tidak hanya untuk mengenang perjalanan sejarah Indonesia, tetapi juga untuk memahami berbagai keputusan dan kontribusi yang

dibuat selama dua periode pemerintahannya. Museum ini menjadi sumber pembelajaran bagi masyarakat mengenai sejarah kontemporer Indonesia, sambil mendorong apresiasi terhadap seni fotografi dan kreativitas.

Dalam pengembangan promosi digital untuk museum seni seperti Museum SBY dan ANi, ada beberapa tantangan atau persoalan yang sering dihadapi, antara lain:

1. **Keterbatasan Anggaran**

Anggaran yang terbatas sering menjadi kendala utama, terutama dalam menyewa tenaga ahli, membuat konten berkualitas, atau melakukan iklan berbayar di platform media sosial. Museum sering harus mencari cara efektif namun hemat biaya untuk mempromosikan diri secara digital.

2. **Keterbatasan Sumber Daya Manusia**

Banyak museum mungkin tidak memiliki tim khusus atau personel yang terlatih dalam pemasaran digital. Ini bisa menjadi hambatan untuk memproduksi konten yang konsisten dan menarik, serta memantau kinerja promosi secara berkala.

3. **Kesulitan Menarik Minat Generasi Muda**

Salah satu tantangan terbesar adalah menarik minat generasi muda, yang cenderung tertarik pada pengalaman digital interaktif atau hiburan berbasis teknologi. Museum perlu mengadopsi pendekatan yang lebih kreatif, misalnya, dengan memanfaatkan media sosial atau teknologi VR/AR untuk menarik minat mereka.

4. **Pemanfaatan Teknologi yang Belum Optimal**

Penggunaan teknologi digital seperti situs web interaktif, aplikasi mobile, atau bahkan kode QR yang menyediakan informasi tambahan seringkali belum maksimal. Museum seringkali perlu strategi yang lebih matang untuk memanfaatkan teknologi digital ini agar lebih efektif.

5. **Kesulitan Membuat Konten Visual Menarik**

Karena promosi digital sangat bergantung pada konten visual, seperti gambar, video, atau grafik, keterbatasan dalam produksi konten yang berkualitas tinggi bisa menjadi kendala. Konten yang kurang menarik bisa membuat calon pengunjung tidak tertarik untuk mengetahui lebih jauh atau mengunjungi museum.

6. **Rendahnya Kesadaran atau Branding Museum**

Museum-museum ini mungkin belum dikenal luas, baik secara nasional maupun internasional. Dalam hal ini, tantangannya adalah membangun kesadaran dan kepercayaan publik terhadap museum serta membangun narasi yang menarik tentang apa yang membuatnya unik.

7. **Kompetisi dengan Obyek Wisata Lain**

Museum juga perlu bersaing dengan objek wisata lain yang lebih populer. Dengan kata lain, mereka harus memikirkan cara untuk menonjolkan keunikan yang dimiliki serta mempromosikannya agar bisa bersaing secara efektif.

Untuk menghadapi tantangan-tantangan ini, museum dapat mengembangkan strategi promosi digital yang lebih terfokus, melibatkan kolaborasi dengan pihak akademis untuk membangun berbagai material yang dapat dimanfaatkan untuk mengisi berbagai platform seperti Instagram, YouTube, atau TikTok yang memiliki audiens besar untuk menjangkau pengunjung potensial.

BAB II

METODOLOGI

A. Solusi yang ditawarkan

Solusi yang ditawarkan adalah melakukan pelatihan pembuatan material visual promosi dan branding Museum dan Galeri SBY★ANI bagi para karyawan yang ditunjuk oleh pihak manajemen. Bentuk pelatihannya berfokus pada pembuatan media promosi yang akan digunakan untuk kebutuhan promosi sosial media tempat tersebut secara kolaboratif. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat tematik ini menggunakan metode partisipatory (Freire, 1993 & Gregory, 2008) yang pola kerjanya menitikberatkan pada bagian-bagian dasar yang akan terbagi menjadi tiga tahapan dasar. Bagian pertama adalah tahap pengenalan materi. Pada tahap ini lebih banyak menitikberatkan pada penyampaian materi secara substantif terkait pengetahuan tentang ide sentral yang menjadi objek pengabdian kepada masyarakat tematik kali ini yaitu mengenai branding Museum dan Galeri SBY*ANI yang berlokasi di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Terkait dengan branding dan promosi tersebut kemudian dikembangkan fokus pada media publikasi melalui media sosial dengan pendekatan dasar-dasar produksi karya seni audio visual menitikberatkan pada penataan videografi dan esai fotografinya. Inovasi baru tentang film dan intervensinya merupakan proses perubahan masyarakat melalui faktor internal dan faktor eksternal (Rogers&Shoemaker, 1987).

Pada tahapan yang kedua yaitu melakukan simulasi pembuatan naskah cerita karya video sekaligus esai foto, simulasi teknik penataan videografi dan fotografi, dan tentang penyuntingan objek hasil penataan videografi dan fotografinya. Materi ini juga dikenalkan untuk mengkondisikan para peserta pengabdian yang sama sekali belum pernah membuat film dengan langkah-langkah yang benar dan lebih memahami secara

dekat serta detail seperti apakah produksi film yang digunakan sebagai branding sebuah produk.

Sebagai materi dasarnya adalah pengenalan dasar-dasar fotografi yang menjadi pondasi kerja mereka yang bertugas membuat materi promosi dan branding visual Museum dan Galeri SBY ★ ANI tersebut. Pada bagian terakhirnya, pelatihan ini akan melakukan praktek-praktek partisipatoris dalam produksi foto dan video, meliputi :

1. Tahap praktek pembuatan naskah karya video sebagai panduan untuk pengambilan cerita dan adegan dengan luaran format-format video pendek berdurasi 2-3 menit.
2. Tahap praktek pembagian kerja antara kerabat kerja di depan kamera, yaitu pemain dan kerabat kerja di belakang kamera, seperti sutradara, kameraman, penata suara, penyunting gambar dan lainnya.
3. Tahap praktek pengambilan adegan dan cerita/gambar.
4. Tahap praktek pemilihan gambar dan penyusunan gambar atau biasa disebut penyuntingan gambar dan suara.
5. Tahap praktek terakhir yaitu pemutaran hasil karya video dan fotografi sebelum diunggah dalam media sosial (instagram dan youtube).

Untuk mewujudkan terlaksananya pelatihan terkait pendampingan pembuatan konten- konten video dan fotografi ini maka pelaksana program dan mitra harus membangun sebuah komitmen kerjasama dengan melakukan distribusi pembagian kerja sebagai berikut: bagi mitra dampingan, menugaskan beberapa peserta pengabdian dari mitra yang sudah dilibatkan dan beberapa orang selaku kordinator yang mendampingi terus selama kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dan menyediakan fasilitas dan tempat yang dibutuhkan dalam pelatihan atau pengabdian ini. Bagi pelaksana kegiatan akan menyusun dan menyediakan materi pelatihan, melakukan pelatihan dan

pendampingan kegiatan, melakukan konsultasi dan evaluasi kegiatan, dan apresiasi terhadap hasil karya siswa selama pelatihan.

Pada prinsipnya metode pelaksanaan yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah adanya metode diskusi untuk mendapat penjelasan teoritis melalui pembelajaran di dalam ruangan. Pemberian pengantar berkenaan dengan materi yang diberikan, pada awal mula pelatihan dan pada setiap pergantian materi untuk mendukung efektivitas ceramah setiap peserta telah diberi makalah atau modul pelatihan terlebih dahulu. Sedangkan metode yang kedua, metode praktek, diberikan untuk mendapat bimbingan atau pendampingan dalam melakukan praktek secara langsung sesuai dengan materi yang disampaikan tahap demi tahap produksi audiovisual mulai dari proses awal (pra produksi), proses produksi dan paskaproduksi. Pelaksanaan metode ini juga dibantu pula oleh beberapa mahasiswa dari program studi Film dan Televisi ISI Surakarta sebagai instruktur yang secara intensif mengarahkan hal-hal teknis perwujudan hasil luaran/output kegiatan.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kreativitas Karya Seni

No.	Tahapan Kegiatan	Waktu/Tatap Muka	Media Pembelajaran
1.	Tahap pengenalan (literasi) inti dari kegiatan PKM	4 kali pertemuan @ 2 jam/tatap muka	LCD Projector White board, Modul
2.	Tahap praktek keteknikan dasar tentang pemanfaatan jerami melalui audiovisual.	8 kali pertemuan @ 2 jam/tatap muka	LCD Projector White board, Modul, alat –alat praktek

3.	Tahap pendampingan aplikasi revitalisasi dan kreativitas karya seni berbasis jerami.	8 kali pertemuan @ 2 jam/tatap muka	LCD Projector White board, Modul
----	--	-------------------------------------	----------------------------------

B. Target Luaran

Sebagai target dan luaran dari kegiatan pelatihan ini diharapkan untuk menumbuhkan minat karya seni audio visual pada peserta pengabdian kepada masyarakat sebagai wadah berekspresi menuangkan ide-ide kreatif dan pengembangan pembelajaran konten kreatif dalam membuat sebuah brand promosi produk yang dapat dilakukan oleh masyarakat yang terlatih dan terampil memanfaatkan media publikasi hanya dengan melalui perangkat yang sudah dimiliki seperti handphone atau kamera foto.

Peserta pelatihan diprioritaskan adalah karyawan museum dengan pertimbangan mereka masih mempunyai waktu untuk memberikan kontribusi atas potensi-potensi terbaik yang ada di museum dan galeri sby*ani. Setelah mengikuti pelatihan atau kegiatan pengabdian ini diharapkan para peserta mampu berorientasi dan mempunyai target mampu menciptakan karya-karya seni audiovisual seperti karya-karya video pendek dan atau esai-esai foto yang bagus untuk dapat diunggah atau dipublikasikan melalui media sosial untuk membantu pengembangan *branding* dan promosi museum.

Luaran dari pelatihan ini menyampaikan dan memberikan beberapa materi (modul) yang terkait dengan dasar-dasar produksi audio visual khususnya tentang naskah cerita film fiksi pendek, penataan videografi dan fotografi dan beberapa karya-karya video dan karya esai foto-foto yang unik dan menarik.

BAB III.

KELAYAKAN PENGUSUL

A. Kelayakan Pelaksana Program

ISI Surakarta merupakan satu-satunya perguruan tinggi seni negeri di Jawa Tengah, khususnya wilayah Surakarta mempunyai tanggung jawab sebagai salah satu perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu bidang pengabdian kepada masyarakat. Potensi ISI Surakarta yang selalu konsern kepada seni budaya. Salah satunya Fakultas Seni Rupa dan Desain, dimana keahlian di bidang teknologi tepat guna, khususnya terkait Fotografi dan Film dan Televisi sudah menjadi keharusan bagi civitas akademika, sebab pengetahuan dan keterampilan di bidang seni kerajinan tangan/*Craft* menjadi kompetensi utama yang diperlukan di jurusan Desain lebih khusus pada Program Studi Desain Fotografi dan Film dan Televisi FSRD ISI Surakarta.

Perkembangan teknologi pada era yang sudah mengglobal diperlukan peningkatan kemampuan mengembangkan pendidikan karakter yang baik. Oleh sebab itu, kompetensi eksplorasi karya seni yang perlu terus disebarluaskan kepada semua masyarakat melalui berbagai kegiatan positif dan edukatif seperti misalnya salah satunya adalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat tematik karya seni ini.

Tim pengabdian kepada masyarakat ini merupakan dua dosen dari jurusan Seni Media Rekam khususnya yang mengampu di Program Studi Fotografi dan Film dan Televisi FSRD Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Dosen Program Studi Fotografi sebagai Ketua Pelaksana PKM ini adalah Agus Heru Setyawan, S.Sn.,

M.Sn. dan sebagai Anggota 1 dan 2 adalah Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn. dan Nur Rahmat Ardi Candra Dwi Atmaja, S.Sn, M.Sn. Selaku dosen ketiganya memiliki kemampuan dan pengalaman baik di dalam kampus maupun di luar kampus ISI Surakarta terkait bidang seni dan pengembangannya dalam bentuk kreatifitas seni-seni lainnya yang masih terkait.

Tabel 1. Kompetensi dan Tugas Tim Pelaksana

No.	Nama	Tugas Dalam PPM
1.	Agus Heru Setiawan,S.Sn., MA.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mengkoordinasi mitra PPM ✓ Memberikan materi multimedia ✓ Memberikan materi teknik fotografi ✓ Memberikan teknik komposisi fotografi (<i>panoramic photography</i>) ✓ Memberikan materi <i>streaming</i> dan <i>uploading</i> ke media sosial (<i>online system</i>)
2.	Widhi Nugroho,S.Sn., M.Sn.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mengkoordinasikan tim dosen dan asisten (mahasiswa) pendukung PKM ✓ Memberikan materi pengenalkamera danS.O.P ✓ Memberikan materi teknik sinematografi/videografi dengan media perekaman ✓ Memberikan materi teknik produksi dan penyutradaraan

3.	Nur Rahmat Ardi Candra, S.Sn.,M.Sn.	<ul style="list-style-type: none">✓ Memberi materi/desain ide/gagasanvisual✓ Memberikan materi penulisan teksposter digital✓ Memberikan materi animasi✓ Memberi materi penulisan essai fotodan <i>videonews</i>✓ Memberikan materi reportase danredaksional
----	--	---



BAB IV.

PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Rancangan Kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat tematik kemitraan ini ini terfokus di Museum dan Galeri Seni SBY*Ani, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur berjarak kurang lebih 115 kilometer dari kota Surakarta. Tim pengabdian pada masyarakat terus akan menjalin komunikasi secara intensif dengan pihak – pihak yang nanti akan menjadi mitra selama kegiatan pengabdian pada masyarakat ini kan dilaksanakan. Kedua mitra yang akan diikutsertakan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah saling bersinergi untuk terus mengembangkan publikasi dan promosi tematik terkait eksistensi museum. Berdasarkan rencana capaian luaran yang sudah ditetapkan, maka untuk mencapai tujuan dalam penyelenggaraan pengabdian ini dibagi menjadi beberapa tahapan.

Tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Melakukan kegiatan literasi terhadap bentuk *reels* video *Instagram* dengan konten promosi dan pemasaran sebagai awal penyelarasan program. Dimulai dengan perencanaan pembuatan konten hingga perencanaan tayang pada media *Instagram*.
2. Pelatihan dan pembuatan *reels* video *Instagram* penguatan ikonik objek museum kemudian dilakukan evaluasi dengan melihat kekurangan dan kelebihan isi/konten informasi yang akan disampaikan.

3. Hasil *video marketing* melalui *reels* video *Instagram* berupa konten promosi dan pemasaran dimintakan pendapat, masukan dan saran dari beberapa pihak (mitra terkait).
4. Melakukan evaluasi guna penyempurnaan *reels* video *Instagram* untuk ditetapkan dan tayang pada akun official resmi museum.

Tabel. 1. Identifikasi Permasalahan dan Solusi Pemecahan Masalah dalam PKM Karya Seni

No.	Pokok Permasalahan	Solusi
1.	Belum mengenal bentuk-bentuk foto dan video marketing melalui reels foto dan video Instagram.	Melihat bentuk-bentuk reels foto dan video Instagram.
2.	Belum mengerti langkah-langkah pembuatan dan format untuk mencari ide/gagasan dalam pembuatan reels foto dan video Instagram secara sistematis.	Mengenalkan proses kreatif mencari ide/gagasan yang dapat dikembangkan menjadi cerita dalam bentuk bahasa tulis menjadi bahasa visual yang mendukung pada pembuatan reels foto dan video Instagram.
3.	Belum sepenuhnya mengerti dan memahami teknis pengoperasian kamera foto dan video professional sebagai basis sarana pendukung pembuatan media reels video Instagram.	Memberi pelatihan dasar-dasar teknik pengoperasian kamera foto dan video <i>digital</i> serta penggunaan <i>software</i> pendukung sebagai sarana pembuatan media reels foto dan video Instagram.
4.	Belum sepenuhnya mengerti dan memahami penggunaan dan pemanfaatan reels foto dan video Instagram.	Memberi pelatihan penggunaan dan pemanfaatan reels foto dan video Instagram.

5.	Belum sepenuhnya memahami kaidah-kaidah artistik dan estetik pada pengambilan gambar baik secara fotografis dan videografis dengan kamera digital.	Memberi pelatihan dasar-dasar komposisi dan ukuran gambar yang dapat diterapkan pada fotografi dan videografi dalam menunjang pembuatan reels video Instagram dengan kamera digital.
----	--	--



6.	Belum sepenuhnya mengerti dan memahami kaidah artistik dan estetika desain tata letak untuk kebutuhan grafis untuk penunjang pembuatan reels foto dan video marketing.	Memberi pelatihan dasar-dasar pemilihan bentuk, warna dan unsur tipografi dasar sebuah desain tata letak untuk pembuatan reels foto dan video marketing.
7.	Belum sepenuhnya memahami dan mengerti proses editing foto dan video dengan penggunaan software professional.	Memberi pelatihan editing foto dan video dengan penggunaan software professional sebagai pendukung pembuatan reels video <i>Instagram</i> .

Pelibatan mitra dampingan secara aktif, maka sifat pelatihan ini bersifat partisipatif. Strategi yang dilakukan adalah dengan menggali permasalahan mitra dengan cara mengidentifikasi permasalahan/kendala yang dihadapi mitra, terutama dalam pembuatan *reels* video *Instagram* dalam upaya penguatan objek pengabdian yaitu Museum dan Galeri Seni SBY*ANI. Berdasarkan tahapan dan cara ini dapat terjadi komunikasi dua arah guna mencari titik persoalan sekaligus langkah-langkah solutif pemecahannya. Setelah mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan, maka penyusunan rencana kegiatan dilakukan berbasis kebutuhan mitra sebagai acuan kerja pada pelatihan ini.

B. Pelatihan Pembuatan *Reels* Foto dan Video *Instagram*.

Pelatihan ini mempunyai tujuan pembuatan *reels* video *Instagram* yang mengacu pada metode pembuatan video marketing pada buku *Jago Jualan di Instagram* dan *Master Secret Instagram 4.0*. Disamping itu sebagai penunjang pada aspek teknis audio visual akan mengacu pada buku *Visual Story (Creating The Visual Structure of Film, TV and Digital Media)*. Pelatihan ini bersifat partisipatif dengan metode klasikal dan *workshop* (praktik di lapangan) secara langsung dengan

tatap muka. Adapun pelatihan ini meliputi : Pelatihan pemetaan dan pengembangan ide cerita sebagai konten materi dalam *reels* video *Instagram*. Pelatihan



pendokumentasian dan pengelolaan arsip audio-visual dengan menggunakan perangkat kamera foto dan video (telepon genggam/HP) yang kemudian dimediakan melalui akun official (Instagram) resmi Museum dan Galeri Seni SBY*ANI.



Gambar 3. Mahasiswa anggota PKM sedang mempersiapkan peralatan pendukung dalam pembuatan foto dan video.

Berdasarkan rencana capaian/ luaran yang sudah ditetapkan pada bab sebelumnya, maka untuk mencapai tujuan/capaian dibagi menjadi beberapa tahapan. Berdasarkan hasil analisis awal bahwa permasalahan yang dihadapi mitra adalah terkait dengan belum adanya kegiatan *reels video instagram*, belum memiliki pengetahuan pengelolaan dan pengembangan *reels video instagram* dalam penguatan ikonik objek-objek dalam museum dan galeri seni SBY*ANI. Pembuatan *reels video instagram* dalam penguatan ekistensi objek museum dan galeri seni SBY*ANI ini, kemudian dilakukan evaluasi dengan melihat kekurangan dan kelebihan isi/konten informasi yang akan disampaikan. Bekerjasama dengan mitra (masyarakat dan pemerintah desa setempat).



Gambar 4. Proses perekaman foto dan video untuk konten marketing pada media social museum



Gambar 4. Proses pemotretan dan perekaman video untuk koleksi museum

Hasil *reels video instagram* yang telah diproduksi kemudian dicoba disampaikan kepada masyarakat melalui bebrapi media sosial online utamanya. Evaluasi dan penyempurnaan video marketing melalui *reels video instagram* dalam penguatan objek dari Museum dan Geleri Seni SBY*ANI.



Gambar 4. Mahasiswa sedang melakukan proses pengambilan gambar foto dan video sebagai konten materi media sosial museum.

Pelibatan para karyawan museum secara aktif dalam kegiatan ini telah menimbulkan, kreatifitas peserta maka sifat pelatihan ini bersifat partisipatif. Strategi yang dilakukan adalah dengan menggali permasalahan mitra dengan cara mengidentifikasi permasalahan/ kendala yang dihadapi mitra, terutama dalam hal pelatihan pembuatan *reels video instagram* dalam penguatan eksistensi obojek Museum dan Gelri Seni SBY*ANI. Dengan cara ini, terjadi komunikasi dua arah guna mencari titik persoalan sekaligus langkah- langkah solutif pemecahannya. Setelah

mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan/persoalan, maka penyusunan rencana kegiatan dilakukan berbasis kebutuhan mitra sebagai acuan kerja pada pelatihan ini.



Gambar 5. Mahasiswa anggota PKM berfoto bersama tim pelatihan dan produksi foto dan video marketing

BAB IV

KESIMPULAN

Institut Seni Indonesia Surakarta sebagai sebuah perguruan tinggi seni memiliki sumber daya manusia (SDM) dalam bidang film dan televisi. Konvergensi media yang berkembang saat ini merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh para staff pengajar/dosen sebagai salah satu bentuk tanggung jawab dalam menjawab dinamika keilmuan pada masyarakat. Salah satunya dengan pemanfaatan *Instagram* sebagai media termutakhir yang berkembang akhir-akhir ini. Pelaksana program ini adalah dosen Jurusan Seni Media Rekam, Program Studi Film dan Televisi yang akan melibatkan beberapa orang mahasiswa. Pengalaman mengajar mata kuliah Eksperimentasi Karya, Penyutradaraan Drama dan Produksi Drama, merupakan bagian yang tidak dapat ditinggalkan dalam basis pengembangan keilmuan pada masyarakat.

Pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat karya seni dengan mitra museum dan galeri seni SBY*ANI di Kabupaten Pacitan dapat dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama. Program ini menghasilkan beberapa capaian penting yang dapat ditindak lanjuti sebagai program pengabdian pada masyarakat karya seni yang mengarah pada kesadaran masyarakat tani dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi sebagai salah satu media promosi dan penjualan/digital marketing melalui reels video Instagram. Berikut adalah capaian-capaian yang diperoleh : tumbuhnya kesadaran akan pentingnya pendokumentasian kegiatan museum dan galeri seni SBY*ANI di Kabupaten Pacitan melalui medium foto dan video yang menghasilkan karya reels video Instagram tentang eksistensi museum.

Menghasilkan racangan tayangan video reels Instagram yang siap tayang pada *feed Instagram*. Menekankan kembali arti penting kegiatan publikasi, promosi dan pemasaran melalui *Instagram* sebagai salah satu alternatif kegiatan pemasaran. Kegiatan pelatihan video *marketing* kegiatan yang ada di museum melalui video dan *Instagram* dalam program pengabdian pada masyarakat karya seni guna menunjang penguatan branding dan promosi museum dan galeri seni SBY*ANI di Kabupaten Pacitan.

Saran yang sekiranya perlu diberikan guna memperbaiki kinerja pelatihan ini pada masa yang akan datang. Beberapa saran yang dirasa perlu di antaranya terangkum sebagai berikut; Memastikan kesiapan mitra, dalam hal ini delegasi peserta pelatihan hendaknya dipersiapkan dengan baik, berkomitmen untuk dapat mengikuti rangkaian kegiatan ini secara menyeluruh. Penyederhanaan materi ajar selama pelatihan perlu dilakukan dengan tujuan agar mudah diterjemahkan oleh mitra sehingga menghasilkan luaran yang tepat sasaran. Kesiapan dalam hal teknis berupa penyediaan koneksi internet yang lebih stabil dirasa perlu dan menjadi keharusan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Gregory, Sam, Ed. 2008. *Video For Change: Panduan untuk Advokasi*. Yogyakarta: Insist Yogyakarta.
- Freira, Paulo. 1993. *Pedagogy of the Oppressed*. New York-London. Continuum.
- Rogers EM. dan Shoemakers F. 1987. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru*. Usana Offset Printing. Surabaya
- LPPMPPP, ISI Surakarta, 2024. *Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Surakarta: LPPMPP, ISI Surakarta.

Internet :

- Museum dan Galeri SBY*ANI, <https://www.instagram.com/museumdangalerisbyani/reels/>, diakses pada 18 April 2024 pukul 19.00 WIB.
- Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan, <https://www.instagram.com/disparbudporapacitan/?hl=id>, diakses pada 18 April 2024 pukul 19.09 WIB.

Narasumber :

- Nabila, Direktur Adminitrasi Museum dan Galeri SBY*ANI, wawancara dilakukan pada hari Senin, 1 April 2024 pukul 15.00 WIB.
- Turmudi, Kepala Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan, wawancara dilakukan pada hari Kamis, 28 Maret 2024 pukul 13.00 WIB.

**LAMPIRAN HASIL KARYA
PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT KARYA SENI**



Gambar 7. Hasil pengambilan shot aerial foto dan video dengan menggunakan drone



Gambar 8. Pengambilan establishing foto dan video eksterior pintu masuk museum.



Gambar 8. Hasil pengambilan shot foto dan video wawancara staff museum

Tuatan Link Karya dapat diakses melalui :

<https://drive.google.com/drive/folders/1tBEVmluNZXimsF-HtGWCF2IPk3f-X-S>