

RESEARCH ARTICLE

Pelatihan Storytelling Pembuatan Video Bagi Siswa/i di SMKN 2 Bandung

Anggian Lasmarito Pasaribu^{1*}, Fiqie Lavani Melano², Nisa Nurmauliddiana Abdullah³, Muhammad Yusuf Abdurahim⁴, Agung Sri Anindya Swari⁵, and Annisa Andrea⁶

^{1,2,3,4,5,6}Faculty of Communication and Social Science, Telkom University, Telekomunikasi Street, 40257, West Java, Indonesia

*Corresponding author: anggianlp@telkomuniversity.ac.id / Telkom University

Received on (21/Februari/2025); accepted on (01/April/2025)

Abstrak

Storytelling dalam pembuatan video telah menjadi elemen krusial dalam industri kreatif, terutama dalam konteks pendidikan di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Animasi. Kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan secara efektif melalui video tidak hanya meningkatkan daya tarik konten, tetapi juga membantu siswa mempersiapkan diri untuk pasar kerja yang kompetitif. Proposal pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan *storytelling* dalam pembuatan video kepada siswa SMKN 2 Bandung dari jurusan DKV dan Animasi. SMK Negeri 2 Kota Bandung merupakan salah satu yayasan pendidikan yang menyediakan pendidikan bidang keahlian seni dan visual yaitu DKV, dengan adanya jurusan tersebut SMK Negeri 2 Kota Bandung mendukung para siswa/i yang memiliki minat dan bakat dibidang tersebut. Kegiatan sosial pengabdian masyarakat dari mahasiswa/i Universitas Telkom ini akan memberikan pengalaman baru dengan meningkatkan kemampuan siswa/i dalam bidang komunikasi visual. Diharapkan bahwa melalui pelatihan ini, siswa tidak hanya akan memperoleh keterampilan teknis yang diperlukan untuk memproduksi video berkualitas tinggi tetapi juga akan mampu menyampaikan pesan yang kuat dan efektif. Program ini bertujuan untuk memperkuat kompetensi siswa di bidang DKV dan Animasi, mempersiapkan mereka untuk berkontribusi secara aktif dalam industri kreatif, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat mendukung pengembangan keterampilan individu yang aplikatif dan memajukan industri kreatif secara berkelanjutan.

Keywords: Pengabdian Masyarakat, Pembuatan Video, Seni Visual, *Storytelling*.

Pendahuluan

Sejak zaman dahulu, *storytelling* atau penceritaan telah menjadi salah satu cara utama manusia dalam menyampaikan informasi, berbagi pengalaman, dan memperkuat ikatan sosial. Dalam era modern, khususnya di bidang produksi video, *storytelling* telah berkembang menjadi elemen yang sangat penting. Penceritaan bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menghidupkan pesan, menciptakan hubungan emosional, dan membuat konten lebih bermakna serta mudah diingat [1].

Di era digital saat ini, video telah menjadi salah satu media komunikasi yang paling berpengaruh, digunakan di berbagai platform mulai dari media sosial hingga kampanye pemasaran. Dalam lingkungan yang penuh persaingan, kemampuan untuk menyampaikan cerita yang kuat melalui video menjadi faktor yang sangat menentukan dalam menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens [2].

Dalam industri kreatif, penguasaan teknik *storytelling* dalam video merupakan keterampilan yang sangat penting. Hal ini mencakup pemahaman tentang narasi visual, pengembangan karakter, penggunaan musik dan suara, serta editing yang efektif. Penguasaan teknik-teknik ini memungkinkan para pembuat video untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan berdampak [3].

Salah satu sekolah unggulan di Kota Bandung yang menyediakan wadah bagi siswa dengan minat di bidang audio visual adalah SMK Negeri 2 Kota Bandung. Sebagai sekolah kejuruan yang berorientasi pada pengembangan kompetensi siswa, SMK Negeri 2 Bandung menawarkan berbagai bidang keahlian, mulai dari teknik hingga seni visual. Salah satu keunggulannya terletak pada jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Animasi, yang dirancang untuk mencetak lulusan yang kreatif, inovatif, dan kompeten di era digital.

SMK Negeri 2 Bandung memiliki visi besar: "Menjadi SMK Juara Pembentuk Sumber Daya Bermutu, Menuju Pusat Keunggulan (COE)". Jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Animasi menjadi salah satu fokus utama sekolah dalam mendukung visi dan misi tersebut. Di era digital yang penuh tantangan, keterampilan di bidang seni visual tidak hanya dituntut untuk menghasilkan karya yang estetik, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Seni visual harus menjadi medium komunikasi yang mampu menjembatani ide kreator dan penikmatnya. Namun, potensi ini sering kali belum dimanfaatkan secara maksimal, terutama di kalangan siswa yang baru memulai perjalanan mereka di dunia seni visual.

SMK Negeri 2 Bandung menyadari pentingnya membekali siswa dengan kemampuan memahami makna dan pesan di balik setiap karya visual. Melalui pendekatan berbasis proyek, kolaborasi, dan teaching factory, siswa didorong untuk mengasah kreativitas, keterampilan teknis, dan pemahaman mendalam terhadap

komunikasi visual. Dengan demikian, lulusan dari jurusan DKV dan Animasi diharapkan tidak hanya mampu bersaing di pasar kerja tetapi juga menjadi kreator yang mampu memberikan dampak positif melalui seni visual. Sebagai bagian dari komunitas pendidikan di Kota Bandung, SMK Negeri 2 Bandung terus berkomitmen menjadi sekolah juara yang mencetak generasi bermutu, sejalan dengan visi untuk menjadi Pusat Keunggulan (COE).

Melalui program pengabdian masyarakat kami bertujuan untuk membantu SMK Negeri 2 Kota Bandung dalam meningkatkan kemampuan siswa dalam bidang komunikasi visual. Materi yang kami berikan akan membantu para siswa dalam mengikuti perkembangan komunikasi visual yang terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Mereka dapat mengerti makna dibalik setiap visual yang ada, baik itu di bidang desain atau animasi. Sehingga diharapkan dengan adanya program pengabdian masyarakat ini, mereka dapat mengembangkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam bidang seni visual.

Tinjauan Pustaka

Media Digital

Media digital merujuk pada platform dan teknologi berbasis digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, interaktif, dan terintegrasi. Menurut Katz & Crocker [4], media digital mendukung komunikasi berbasis data yang dapat diakses melalui berbagai perangkat elektronik, termasuk smartphone, komputer, dan tablet. Salah satu keunggulan utama media digital adalah kemampuannya untuk mengintegrasikan berbagai format konten, seperti teks, gambar, video, dan audio, sehingga menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih dinamis. Karakteristik utama media digital adalah interaktivitas dan konektivitas. Couldry & Hepp [5] menekankan bahwa media digital memungkinkan komunikasi yang bersifat dialogis, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima pasif tetapi juga peserta aktif dalam produksi dan distribusi konten. Hal ini relevan dengan fenomena *user-generated content*, di mana individu dapat menciptakan, membagikan, dan memodifikasi informasi sesuai dengan preferensi mereka melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Selain itu, perkembangan teknologi seperti algoritma dan kecerdasan buatan semakin meningkatkan personalisasi dalam media digital. Van Dijck [6] menjelaskan bahwa platform digital saat ini memanfaatkan data pengguna untuk menyajikan konten yang relevan dan menarik, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan audiens. Pendekatan ini membuat komunikasi lebih efektif karena pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan minat target audiens.

Media digital juga memfasilitasi fenomena konvergensi media, dimana berbagai saluran komunikasi terintegrasi dalam satu ekosistem digital. Jenkins [7] menunjukkan bahwa konvergensi ini memungkinkan pengguna untuk mengakses dan berbagi konten secara lintas platform, menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih seamless. Dalam konteks ini, media digital tidak hanya menjadi alat untuk berbagi informasi tetapi juga membangun komunitas yang terhubung secara global. Dalam dunia akademik dan profesional, media digital telah menjadi alat penting untuk pendidikan, pemasaran, dan pengabdian masyarakat. Miller [8] mencatat bahwa dengan aksesibilitasnya yang tinggi, media digital memungkinkan penyampaian pesan yang lebih luas dan efektif, termasuk untuk kegiatan pelatihan atau kampanye sosial. Data analitik yang dihasilkan dari media digital juga memberikan wawasan yang berharga tentang pola perilaku audiens, membantu penyusunan strategi komunikasi yang lebih baik.

Storytelling

Storytelling adalah seni menyampaikan pesan atau informasi melalui cerita yang terstruktur dan bermakna. Sejak zaman kuno, cerita telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia, digunakan untuk meneruskan tradisi, menyampaikan pengetahuan, dan menanamkan nilai-nilai. Dalam komunikasi, *storytelling* membantu menjelaskan ide-ide kompleks dengan cara yang sederhana, menarik, dan mudah diingat. Fisher (1984) dalam *Narrative Paradigm Theory* menyebutkan bahwa manusia cenderung lebih memahami dan mempercayai pesan yang

disampaikan dalam bentuk cerita dibandingkan dengan argumen logis semata. Ia menjelaskan bahwa cerita yang efektif memiliki dua elemen utama, yaitu *narrative coherence* dan *narrative fidelity*. *Narrative coherence* mengacu pada kejelasan dan konsistensi alur cerita, sedangkan *narrative fidelity* berkaitan dengan relevansi cerita terhadap pengalaman dan nilai-nilai audiens, sehingga terasa autentik dan dapat dipercaya.

Selain itu, cerita yang baik biasanya melibatkan karakter yang menarik, konflik yang membangkitkan rasa penasaran, dan resolusi yang memberikan pelajaran atau pesan tertentu. Denning [9] menekankan bahwa *storytelling* adalah alat yang kuat untuk mempengaruhi, menginspirasi, dan menyampaikan nilai-nilai. Cerita yang baik mampu menyentuh emosi audiens, membangun hubungan yang kuat, dan membuat pesan lebih mudah diingat. Prinsip-prinsip dasar *storytelling*, seperti kesederhanaan, kedalaman emosional, universalitas, dan elemen tak terduga, membantu cerita menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian dan mempengaruhi audiens. Dengan memahami konsep dasar ini, *storytelling* dapat diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, pemasaran, dan pengabdian masyarakat, untuk menciptakan komunikasi yang bermakna dan berdampak.

Metodologi Penelitian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan secara terstruktur melalui tiga tahap utama, yaitu Pra-Kegiatan (persiapan), Pelaksanaan Kegiatan, dan Pasca-Produksi (evaluasi), dengan pendekatan hybrid. Pendekatan hybrid ini merupakan metode yang dapat diterapkan dalam berbagai pelatihan, termasuk pelatihan *storytelling* pembuatan video [10]. Berikut adalah alur dan gambaran dari kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1. Alur Kegiatan (roadmap)

Gambar 1 menunjukkan tahapan kegiatan selama proses Pengabdian Kepada Masyarakat. Pada tahap observasi, kegiatan dilakukan secara daring. Tahap ini bertujuan untuk melakukan survei guna mengidentifikasi kebutuhan yang diperlukan untuk acara, mengidentifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh mitra, serta mencapai kesepakatan dengan mitra. Dengan langkah ini, manfaat yang dihasilkan diharapkan dapat lebih tepat sasaran.

Pada tahap pembuatan dan penetapan, dilakukan penyusunan proposal acara, konsultasi dengan tim terkait materi yang akan disampaikan, serta penyusunan materi tersebut. Kegiatan ini dilakukan secara daring maupun tatap muka, disesuaikan dengan kebutuhan pihak mitra dan penyelenggara.

Setelah tahap pembuatan dan penetapan selesai, dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan. Kegiatan ini dilaksanakan secara langsung di SMKN 2 Bandung (mitra). Dalam tahap ini, materi yang telah disusun sebelumnya disampaikan kepada peserta. Selain itu, diadakan sesi tanya jawab terkait materi yang disampaikan, disertai dengan pendokumentasian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk foto dan video.

Pelaksanaan kegiatan mengikut sertakan tim dan seluruh SMKN 2 Bandung dalam proses berjalannya kegiatan tersebut. Materi berupa video menjadi produk tim yang dibawa untuk pengetahuan para siswa/i SMKN Bandung dalam pembuatan cerita di suatu Video. Antusias para siswa/i akan dibuat sedemikian rupa dengan ditambahkannya sesi tanya jawab di setiap sesi pematieran guna melihat apakah mereka memahami produk yang dibawa oleh

tim dan mereka dapat mempraktikkannya.

Setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan, selanjutnya dilakukan pengembangan lanjutan berupa melakukan peningkatan *branding* dengan mendorong siswa untuk mengikutsertakan karyanya di *event* IPSMF 2024.

Ketika semua tahap telah dilakukan, selanjutnya adalah evaluasi, bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan dan melakukan publikasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di media massa dan blog Fakultas serta pembuatan *Aftermovie* kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Dan terakhir pembuatan laporan akhir kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat oleh IPSMF (International Photography and Short Movie Festival) 2024 berhasil dilaksanakan di SMKN 2 Bandung dengan mengusung tema "Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video". Kegiatan ini dihadiri oleh akademisi dari Telkom University, perwakilan dari SMKN 2 Bandung, dan pelajar. Kegiatan tersebut berlangsung pada bulan Oktober lalu dan difokuskan pada pemberian materi melalui seminar yang disampaikan oleh pemateri, Nisa Nurmauldiana Abdullah. Materi yang diberikan mencakup strategi yang perlu diketahui oleh pelajar untuk memahami dunia digital serta manfaat dari peran seorang konten kreator di era saat ini.



Gambar 2. Proses Pemaparan Materi

Selain pemaparan materi, kegiatan ini juga melibatkan pelatihan berdasarkan materi yang telah disampaikan kepada peserta, yakni pelatihan dalam pembuatan video dengan pendekatan *storytelling*. Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, yang bertujuan untuk mengasah pengetahuan mereka terhadap materi serta pengaplikasian teknik *storytelling* dalam pembuatan video dalam kehidupan sehari-hari.

A. Hasil dan Pembahasan *Pre-test* SMK Negeri 2 Bandung

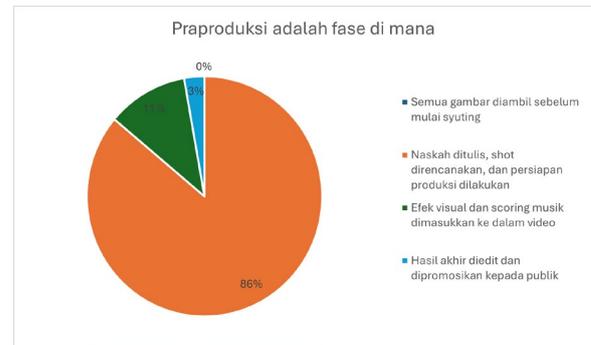
- Aspek Kognitif, Peserta diberikan pertanyaan untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan mengenai Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video
- Aspek Afektif, Peserta memberikan perhatian yang mendalam saat narasumber menjelaskan materi mengenai Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video
- Aspek Psikomotorik, Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktek fotografi yang dibimbing langsung oleh narasumber, kegiatan praktek dilakukan disekitar sekolah.

B. Hasil Analisis *Pre-test*

Berdasarkan hasil *pre-test* yang diberikan, peserta telah mengetahui definisi dari Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video, mengetahui etika dalam melakukan proses *storytelling* dalam pembuatan video. Namun, untuk penggunaan peran sudut pandang orang pertama, belum semua peserta memahaminya.

C. Hasil dan Pembahasan *Post-test* SMKN 2 Bandung

Dari hasil respon siswa/i SMKN 2, dapat dilihat bahwa pengetahuan siswa/i SMKN 2 meningkat setelah mendapatkan materi mengenai Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video terutama pada bagian penyusunan storyboard. Hal ini menjadi bukti bahwa kegiatan ini memiliki dampak bagi wawasan siswa/i DKV SMKN 2 Bandung.



Gambar 3 . Persentase Jawaban Benar dalam *Post-test* Sebanyak 86% menjawab pertanyaan dengan benar



Gambar 4. Persentase Jawaban Benar dalam *Post-test* Sebanyak 86% menjawab pertanyaan dengan benar

Pelatihan ini berhasil meningkatkan kompetensi siswa SMKN 2 Bandung dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Animasi, khususnya dalam penggunaan teknologi untuk mendukung proses kreatif. Fokus pada pengembangan kemampuan *storytelling* dalam video memberikan bekal keterampilan aplikatif yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif saat ini, sehingga dapat meningkatkan daya saing siswa di pasar kerja.

D. Analisis *Post-test*

- Analisis Aspek Kognitif, Peserta dapat memahami secara lebih mendalam tahapan-tahapan pembuatan video *storytelling*. Peserta dapat mengidentifikasi komponen dalam untuk memulai pembuatan video *storytelling* setelah penyampaian materi oleh narasumber dan peserta juga dapat menilai bagaimana pembuatan video *storytelling* yang benar.
- Analisis Aspek Afektif, Peserta menunjukkan antusiasme dan minat yang tinggi terhadap materi yang disampaikan pembicara. Peserta memberikan pertanyaan yang relevan dengan materi, menunjukkan rasa ingin tahu yang besar terhadap materi *storytelling*.
- Analisis Aspek Psikomotorik, Peserta dapat menerapkan pembuatan video *storytelling* dengan praktek dan menghasilkan hasil videography dan pesan dari video tersebut tersampaikan dengan baik. Dengan penggunaan teknik yang sesuai dengan pengajaran. pembahasan materi secara signifikan yang mana mereka mampu memahami konteks dan terkoneksi dengan topik materi melalui pemberian contoh yang relevan.

Dengan adanya materi Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video ini menambah wawasan siswa/i DKV SMKN 2 dalam mengetahui teknik Pembuatan Video *Storytelling* yang benar, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil praktek oleh beberapa siswa/i SMKN 2 dan juga adanya perubahan signifikan dari jawaban *Pre-test* dan *Post-test*. Dengan adanya evaluasi dan rekomendasi pengembangan ini, program pelatihan diharapkan dapat terus berkontribusi dalam meningkatkan keterampilan dan kesiapan siswa untuk memasuki dunia kerja di industri kreatif yang kompetitif.

E. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 5. Penyerahan sertifikat kepada narasumber

Penyelenggaraan pengabdian masyarakat ini mengundang pemateri sebagai orang yang dapat dipercaya terhadap ilmu yang didapatkan oleh siswa/i. Gambar 5 merupakan pemberian sertifikat kepada Nisa Nurmauliddiana Abdullah yang telah memberikan materi pada pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 6. Foto bersama dengan masyarakat sasaran

Gambar diatas menunjukkan antusias para siswa/i dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Tentunya materi yang disampaikan akan sangat bermanfaat bagi kehidupan mereka sebagai siswa/i DKV di SMKN 2 Bandung.

Kesimpulan

Pelatihan *Storytelling* Pembuatan Video yang dilaksanakan di SMKN 2 Bandung memberikan dampak positif bagi siswa/i jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Animasi. Berdasarkan hasil *pre-test*, siswa telah memiliki pemahaman dasar tentang definisi dan etika dalam *storytelling* video, meskipun masih ada keterbatasan dalam memahami sudut pandang naratif. Setelah mengikuti pelatihan dan melakukan *post-test*, terlihat peningkatan yang signifikan pada kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik siswa.

Pada aspek kognitif, siswa mampu memahami tahapan pembuatan video *storytelling* dengan lebih mendalam, termasuk penyusunan storyboard dan identifikasi komponen penting dalam proses kreatif. Pada aspek afektif, antusiasme peserta tercermin dari tingginya minat dan keaktifan dalam bertanya serta berdiskusi mengenai materi. Pada aspek psikomotorik, siswa berhasil menghasilkan video *storytelling* yang sesuai dengan prinsip dan teknik yang diajarkan, menunjukkan keterampilan aplikatif yang relevan dengan industri kreatif.

Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan pemahaman secara signifikan, terutama pada pemahaman lanjutan konten kreator. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan kompetensi siswa, khususnya dalam menggunakan teknologi dan teknik *storytelling* untuk mendukung proses kreatif.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan wawasan dan keterampilan yang aplikatif, tetapi juga mempersiapkan siswa untuk bersaing di dunia kerja yang semakin kompetitif di industri kreatif. Dengan evaluasi yang berkelanjutan dan rekomendasi untuk pengembangan, program ini diharapkan dapat terus menjadi kontribusi positif bagi peningkatan kualitas pendidikan vokasi di SMKN 2 Bandung.

Daftar Pustaka

- [1] B. Alexander, "The new digital storytelling: Creating narratives with new media," (2nd ed.). Praeger, 2017.
- [2] M. Smith, "Visual storytelling: Inspiring a new visual language," Gestalten, 2019.
- [3] A. Brown, "The art of visual storytelling: How to create video narratives that captivate and inspire," Rockport Publishers, 2015.
- [4] J. E. Katz and E. Crocker, "Digital technologies and communication transformation," Wiley-Blackwell, 2015.
- [5] N. Couldry and A. Hepp, "The mediated construction of reality," Polity Press, 2017.
- [6] Van Dijck, "The platform society: Public values in a connective world," Oxford University Press, 2018.
- [7] H. Jenkins, "Convergence culture: Where old and new media collide (Updated edition)," New York University Press, 2016.
- [8] V. Miller, "Understanding digital culture," SAGE Publications, 2019.
- [9] J. Gottschall, "The storytelling animal: How stories make us human," Mariner Books, 2012.
- [10] Y. Noerrachman, L. D. Kartikawati, and E. H. Prihanto, "Hybrid method implementation in digital marketing training for small businesses," in International Journal of Community Engagement, vol. 10, pp. 45-56, 2022.