

Penguatan Teknik Sinematografi Dan Storytelling Siswa Melalui Produksi Video Pendek di Sman 4 Singaraja

Ahmad Rofiki Rahman
Universitas Pendidikan Nasional
rofikirahman@undiknas.ac.id

Agnesia Hervina Tiaraningrum
Universitas Bali Dwipa
hervinaagnesia@gmail.com

Bernandus Bernando Bria
Universitas Bali Dwipa
bernandobria@gmail.com

Wayan Suartawan
Universitas Bali Dwipa
suarta1@yahoo.com

Submitted: May 01, 2026; Revised: June 05, 2026; Accepted: July 1, 2026

**Corresponding author: rofikirahman@undiknas.ac.id*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial menuntut siswa Gen Z memiliki kemampuan produksi konten digital yang tidak hanya kreatif, tetapi juga kuat secara visual dan naratif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan lanjutan dari program sebelumnya di SMAN 4 Singaraja yang berfokus pada penguatan literasi dan kreativitas digital siswa. Pada kegiatan lanjutan ini, permasalahan yang diangkat adalah masih terbatasnya kemampuan siswa dalam menerapkan teknik sinematografi dan merealisasikan storytelling visual secara terstruktur dalam produksi video pendek. Landasan pelaksanaan kegiatan menggunakan konsep literasi digital, kreativitas digital, sinematografi, dan storytelling visual sebagai dasar pengembangan kompetensi produksi media siswa. Metode kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif dengan tahapan koordinasi, pemaparan materi, praktik produksi, pendampingan lapangan, dan evaluasi karya. Kegiatan dilaksanakan pada 17 April 2026 pukul 13.00 WITA sampai selesai, melibatkan 30 siswa anggota ekstrakurikuler sinematografi dan fotografi Lensa Foursma yang dibagi menjadi dua kelompok praktik. Tema produksi yang dikerjakan adalah konten iklan minuman kopi dan konten promosi peserta didik baru. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu memahami komposisi visual, sudut pengambilan gambar, pencahayaan, pergerakan kamera, dan alur cerita sederhana. Kelompok yang memproduksi konten iklan minuman kopi menunjukkan capaian yang lebih menonjol pada aspek visualisasi produk, komposisi close up, dan penciptaan suasana emosional, sedangkan kelompok yang memproduksi konten

promosi peserta didik baru menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menyusun alur informasi, menampilkan identitas sekolah, dan membangun narasi institusional yang komunikatif.

Kata Kunci: sinematografi; storytelling visual; produksi video; konten digital; SMAN 4 Singaraja

ABSTRACT

The development of social media requires Generation Z students to possess digital content production skills that are not only creative but also visually and narratively strong. This community service activity is a continuation of a previous program at SMAN 4 Singaraja that focused on strengthening students' digital literacy and creativity. In this follow-up activity, the main problem addressed was the limited ability of students to apply cinematography techniques and realize visual storytelling through short video production. The theoretical foundation of the program refers to the concepts of digital literacy, digital creativity, cinematography, and visual storytelling as the basis for developing students' media production competence. The method used was a participatory-educative approach consisting of coordination, material presentation, production practice, field mentoring, and work evaluation. The activity was conducted on April 17, 2026, from 1:00 p.m. Central Indonesia Time until completion, involving 30 students from the cinematography and photography extracurricular group *Lensa Foursma*, divided into two practice groups. The production themes were coffee beverage advertising content and new student admission promotional content. The results show that students understood visual composition, camera angles, lighting, camera movement, and simple narrative structure. The coffee advertisement group demonstrated stronger performance in product visualization, close-up composition, and emotional atmosphere building, while the school promotion group showed better ability in organizing informational narratives, presenting institutional identity, and delivering communicative promotional messages.

Keywords: cinematography; visual storytelling; video production; digital content; SMAN 4 Singaraja

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membentuk pola baru dalam cara generasi muda memproduksi, menyebarkan, dan mengonsumsi informasi visual (Nurrohmah, 2021). Generasi Z tumbuh dalam ekosistem digital yang sangat visual, cepat, interaktif, dan berbasis platform, seperti Instagram, TikTok, YouTube, serta berbagai media sosial berbasis video pendek (Rahman & Alfiana, 2026). Kondisi ini menjadikan kemampuan produksi konten visual sebagai salah satu kompetensi penting bagi siswa, tidak hanya dalam konteks hiburan, tetapi juga sebagai medium ekspresi, komunikasi, edukasi, promosi, dan pengembangan kreativitas (Sokowati & Junaedi, 2019).

Pada kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya, tim pelaksana telah melakukan pelatihan produksi konten digital di SMAN 4 Singaraja dengan fokus pada penguatan literasi dan kreativitas digital siswa Gen Z. Kegiatan tersebut melibatkan siswa anggota ekstrakurikuler sinematografi dan fotografi "*Lensa Foursma*" serta bertujuan meningkatkan kemampuan siswa dalam merancang ide, memproduksi, dan mengevaluasi konten digital yang komunikatif, kreatif, dan etis. Hasil kegiatan sebelumnya menunjukkan bahwa siswa memiliki potensi besar dalam produksi konten digital, terutama karena mereka telah memiliki minat terhadap fotografi, sinematografi, dan media sosial (Rahman et al., 2025).

Namun demikian, hasil kegiatan sebelumnya juga menunjukkan bahwa kemampuan siswa masih perlu diperkuat pada aspek yang lebih teknis dan aplikatif, khususnya dalam penguasaan teknik sinematografi dan realisasi

storytelling visual. Jika pengabdian sebelumnya lebih menekankan pada penguatan literasi digital, kreativitas digital, dan produksi konten secara umum, maka kegiatan lanjutan ini diarahkan pada pendalaman kemampuan siswa dalam menerjemahkan ide cerita menjadi bentuk visual yang lebih terstruktur, estetis, dan komunikatif (Rahman et al., 2025).

Sinematografi merupakan aspek penting dalam produksi video karena berkaitan dengan cara gambar direkam, disusun, dan dimaknai oleh audiens. Teknik sinematografi mencakup komposisi visual, sudut pengambilan gambar, ukuran gambar, pencahayaan, pergerakan kamera, kesinambungan gambar, serta pengaturan ritme visual (Rahman et al., 2025). Dalam konteks produksi konten digital, sinematografi tidak hanya berfungsi memperindah tampilan video, tetapi juga membantu memperkuat pesan, emosi, dan daya tarik cerita (Marlina & Hendro Pramono, 2024).

Dalam perspektif bahasa visual, setiap elemen gambar yang ditampilkan dalam video memiliki fungsi sebagai tanda yang membawa makna tertentu kepada audiens. Teori semiotika film menjelaskan bahwa komposisi gambar, sudut pengambilan gambar, pencahayaan, warna, maupun pergerakan kamera tidak hanya berfungsi sebagai unsur teknis, tetapi juga sebagai sistem tanda yang membangun interpretasi dan emosi penonton. Oleh karena itu, penguasaan teknik sinematografi menjadi penting karena membantu kreator mengkomunikasikan pesan secara lebih efektif melalui simbol, visualisasi, dan konstruksi makna yang terencana (Monaco, 2009; Pratista, 2017).

Selain sinematografi, aspek penting lain dalam produksi video pendek adalah storytelling visual. Storytelling visual merupakan kemampuan menyampaikan cerita melalui gambar bergerak, gestur, ekspresi, ruang, suara, simbol, dan urutan adegan. Dalam produksi video pendek, storytelling visual memiliki peran sentral karena durasi yang terbatas menuntut kreator untuk mampu menyampaikan pesan secara efektif, padat, dan bermakna. Siswa perlu memahami bahwa video yang baik tidak hanya bergantung pada kualitas gambar, tetapi juga pada kemampuan membangun alur, konflik, pesan, dan penyelesaian cerita (Pandiangan & Shafa, 2021).

Berdasarkan pengamatan terhadap praktik produksi konten siswa, ditemukan bahwa sebagian siswa telah memiliki ketertarikan dan kemampuan dasar dalam mengambil gambar serta menyunting video. Namun, beberapa kendala masih tampak, seperti pengambilan gambar yang belum konsisten, pemilihan *angle* yang belum sepenuhnya mendukung pesan, pencahayaan yang kurang terkontrol, transisi visual yang belum selaras, serta alur cerita yang belum sepenuhnya terbangun dengan baik. Beberapa karya siswa menunjukkan ide yang menarik, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh penguatan struktur cerita dan bahasa visual (Rahman & Alfiana, 2026).

Kesenjangan tersebut menunjukkan pentingnya pelatihan lanjutan yang berfokus pada teknik sinematografi dan realisasi storytelling visual. Pelatihan ini dirancang untuk membantu siswa memahami proses produksi video secara lebih sistematis, mulai dari pengembangan ide, penyusunan alur, penentuan konsep visual, praktik pengambilan gambar, pengarahan adegan, hingga evaluasi hasil karya (Sumiati & Wijonarko, 2020). Melalui pendekatan berbasis praktik, siswa

tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mengalami langsung proses kreatif dan teknis dalam produksi video pendek.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki relevansi dengan kebutuhan pendidikan abad ke-21 yang menekankan keterampilan berpikir kreatif, komunikasi, kolaborasi, dan pemecahan masalah. Dalam konteks media digital, keterampilan tersebut dapat dikembangkan melalui kegiatan produksi konten berbasis proyek (Marlina & Hendro Pramono, 2024). Siswa belajar mengembangkan ide, membagi peran dalam tim, mengambil keputusan kreatif, memecahkan kendala teknis di lapangan, serta mengevaluasi karya secara kritis. Dengan demikian, pelatihan sinematografi dan storytelling visual tidak hanya memperkuat kemampuan teknis produksi video, tetapi juga membentuk cara berpikir kreatif dan reflektif.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan siswa Gen Z di SMAN 4 Singaraja dalam menerapkan teknik sinematografi dan merealisasikan storytelling visual melalui produksi video pendek. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model lanjutan dari program penguatan literasi dan kreativitas digital yang telah dilakukan sebelumnya, sekaligus menjadi strategi pemberdayaan siswa agar mampu menghasilkan karya visual yang lebih terarah, bermakna, estetis, dan relevan dengan karakter media sosial masa kini.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model partisipatif-edukatif. Pendekatan ini dipilih karena kegiatan tidak hanya bertujuan memberikan materi kepada peserta, tetapi juga melibatkan siswa secara aktif dalam proses praktik, diskusi, produksi, dan evaluasi karya (Sugiyono, 2018). Tim pelaksana berperan sebagai fasilitator, pendamping, sekaligus evaluator dalam proses penguatan teknik sinematografi dan realisasi storytelling visual.

Kegiatan dilaksanakan di SMAN 4 Singaraja pada 17 April 2026 pukul 13.00 WITA sampai selesai. Peserta kegiatan berjumlah 30 siswa yang merupakan anggota ekstrakurikuler sinematografi dan fotografi "Lensa Foursma". Komunitas ini dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan bidang produksi konten visual dan telah menjadi mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya. Dengan demikian, kegiatan ini memiliki kesinambungan program, baik dari sisi peserta, konteks sekolah, maupun orientasi pengembangan kompetensi digital siswa.

Secara umum, kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap penyampaian materi, tahap praktik produksi, dan tahap evaluasi karya (Rahman et al., 2025). Tahap pertama adalah persiapan kegiatan. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak sekolah dan pembina ekstrakurikuler untuk menentukan kebutuhan pelatihan, jumlah peserta, lokasi praktik, serta teknis pelaksanaan kegiatan. Tim juga menyusun materi pelatihan yang berfokus pada teknik sinematografi dasar dan storytelling visual dalam produksi video pendek. Materi disusun agar sesuai

dengan kebutuhan siswa dan karakter konten media sosial yang dekat dengan kehidupan mereka.

Tahap kedua adalah penyampaian materi. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai prinsip dasar sinematografi, meliputi komposisi gambar, jenis *shot*, sudut pengambilan gambar, pergerakan kamera, pencahayaan sederhana, kesinambungan visual, dan hubungan antara gambar dengan pesan cerita. Selain itu, peserta juga diberikan materi tentang storytelling visual, seperti penyusunan ide cerita, struktur alur, konflik, pesan, serta cara menerjemahkan cerita ke dalam rangkaian adegan visual.

Tahap ketiga adalah praktik produksi video pendek. Peserta dibagi menjadi dua kelompok praktik. Kelompok pertama diarahkan untuk memproduksi konten iklan minuman kopi, sedangkan kelompok kedua diarahkan untuk memproduksi konten promosi peserta didik baru. Pemilihan dua tema tersebut bertujuan melatih siswa memahami perbedaan pendekatan storytelling dalam dua jenis konten yang berbeda. Konten iklan minuman kopi menuntut kemampuan membangun daya tarik produk, suasana, visual estetik, dan persuasi singkat. Sementara itu, konten promosi peserta didik baru menuntut kemampuan menyampaikan informasi, citra positif sekolah, suasana lingkungan, serta ajakan komunikatif kepada calon peserta didik.

Tahap keempat adalah evaluasi hasil karya. Setiap kelompok mempresentasikan proses dan hasil produksi video pendek yang telah dibuat. Evaluasi dilakukan melalui diskusi terbuka antara tim pelaksana dan peserta. Aspek yang dievaluasi meliputi kejelasan ide cerita, kesesuaian visual dengan tema, penerapan teknik sinematografi, kesinambungan gambar, kekuatan pesan, kreativitas, kerja sama tim, serta relevansi karya dengan karakter audiens media sosial. Untuk memperoleh hasil evaluasi yang lebih sistematis, tim pelaksana menggunakan rubrik penilaian sederhana yang terdiri atas lima indikator utama, yaitu: (1) kualitas komposisi visual, (2) ketepatan penggunaan teknik sinematografi, (3) keterpaduan storytelling visual, (4) kreativitas penyajian konten, dan (5) kolaborasi tim produksi. Masing-masing indikator dinilai menggunakan skala 1–4, mulai dari kategori kurang sampai sangat baik. Rubrik ini digunakan sebagai panduan observasi selama proses produksi dan evaluasi hasil karya sehingga capaian peserta dapat diamati secara lebih terstruktur.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara singkat, dokumentasi kegiatan, dan analisis hasil karya video (Rahman & Fajri, 2023). Observasi digunakan untuk melihat keterlibatan peserta selama proses pelatihan, kemampuan siswa dalam memahami instruksi, serta cara mereka menerapkan teknik sinematografi dan storytelling dalam praktik. Wawancara singkat digunakan untuk mengetahui pengalaman dan persepsi peserta terhadap manfaat kegiatan (Rahman & Astriani, 2024). Dokumentasi berupa foto, video, dan hasil karya peserta digunakan sebagai bukti empiris pelaksanaan kegiatan. Sementara itu, analisis hasil karya dilakukan untuk menilai capaian keterampilan siswa berdasarkan indikator yang telah ditentukan.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi :

1. meningkatnya pemahaman siswa terhadap prinsip dasar sinematografi;

2. meningkatnya kemampuan siswa dalam mengembangkan ide cerita sesuai tema produksi;
3. meningkatnya kemampuan siswa dalam mengambil gambar berdasarkan komposisi, *angle*, pencahayaan, dan pergerakan kamera;
4. meningkatnya kemampuan siswa dalam merealisasikan storytelling visual melalui adegan yang memiliki alur dan pesan;
5. meningkatnya kemampuan kolaborasi siswa dalam proses produksi video pendek.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan dengan fokus kegiatan, yaitu teknik sinematografi dan storytelling visual. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif mengenai proses dan hasil kegiatan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat kesesuaian antara tujuan kegiatan, proses pelaksanaan, indikator keberhasilan, dan hasil praktik siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat lanjutan di SMAN 4 Singaraja menunjukkan hasil yang positif dalam penguatan kemampuan siswa pada aspek teknik sinematografi dan realisasi storytelling visual. Sebanyak 30 siswa anggota ekstrakurikuler sinematografi dan fotografi “Lensa Foursma” mengikuti kegiatan secara aktif sejak sesi pemaparan materi, diskusi, praktik produksi, hingga evaluasi karya. Kegiatan yang dilaksanakan pada 17 April 2026 pukul 13.00 WITA sampai selesai ini menjadi ruang belajar praktis bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan produksi video pendek secara lebih terarah.

1. Penguatan Pemahaman Siswa terhadap Teknik Sinematografi

Pada tahap pemaparan materi, siswa diperkenalkan pada prinsip dasar sinematografi yang dapat diterapkan dalam produksi video pendek. Materi yang diberikan mencakup pemahaman tentang jenis *shot*, seperti *long shot*, *medium shot*, *close up*, dan *extreme close up*. Siswa juga diperkenalkan pada penggunaan *angle* kamera, seperti *eye level*, *high angle*, *low angle*, *over the shoulder*, dan *point of view shot*. Pemahaman ini penting karena setiap jenis *shot* dan *angle* memiliki fungsi komunikatif yang berbeda.



Figure 1. Pemaparan Materi

Sebelum praktik dilakukan, sebagian siswa cenderung memahami pengambilan gambar sebagai aktivitas teknis semata. Melalui pelatihan ini, siswa diarahkan untuk memahami bahwa setiap keputusan visual harus memiliki fungsi naratif dan komunikatif. Misalnya, *close up* dapat digunakan untuk menekankan ekspresi atau detail produk, *long shot* digunakan untuk memperlihatkan ruang dan situasi, sedangkan *low angle* dapat digunakan untuk memberi kesan kuat atau dominan pada subjek tertentu.

Penguatan teknik sinematografi juga diberikan melalui materi komposisi gambar. Siswa diperkenalkan pada prinsip *rule of thirds*, keseimbangan ruang, arah pandang, *foreground-background*, dan *framing*. Dalam praktiknya, pemahaman ini membantu siswa menempatkan subjek secara lebih proporsional, memilih latar yang mendukung pesan, serta menghindari komposisi gambar yang terlalu kosong atau tidak fokus.

Selain komposisi, siswa juga memperoleh pemahaman mengenai pencahayaan. Pada produksi video pendek, pencahayaan memiliki peran penting karena memengaruhi kualitas visual dan suasana cerita. Siswa diarahkan untuk memanfaatkan cahaya alami, menghindari backlight berlebihan, serta menempatkan subjek pada posisi yang mendukung kejelasan gambar. Meskipun perangkat yang digunakan bersifat sederhana, peserta mulai memahami bahwa kualitas visual tidak hanya ditentukan oleh kamera, tetapi juga oleh kemampuan mengatur cahaya, posisi subjek, dan komposisi gambar.

2. Praktik Produksi Dua Tema Konten Video

Pada tahap praktik, peserta dibagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama memproduksi konten iklan minuman kopi, sedangkan kelompok kedua memproduksi konten promosi peserta didik baru. Dua tema tersebut memberikan pengalaman produksi yang berbeda kepada siswa karena masing-masing tema memiliki karakter komunikasi visual yang berbeda.

Kelompok pertama yang mengerjakan konten iklan minuman kopi diarahkan untuk memahami bagaimana produk dapat ditampilkan secara menarik melalui gambar. Pada tema ini, siswa belajar menonjolkan detail produk, suasana konsumsi, ekspresi pemeran, serta daya tarik visual minuman. Storytelling dalam konten iklan minuman kopi tidak hanya diarahkan pada penjelasan produk, tetapi juga pada penciptaan suasana, rasa, dan pengalaman visual yang dapat menarik perhatian audiens.

Dalam praktiknya, kelompok ini mencoba menggunakan variasi *shot* untuk menampilkan produk, seperti *close up* pada minuman, *medium shot* pada pemeran, dan *shot* suasana untuk membangun konteks. Melalui proses pendampingan, siswa diarahkan agar visual produk tidak hanya terlihat jelas, tetapi juga memiliki nilai estetis. Hal ini melatih siswa memahami hubungan antara sinematografi, promosi, dan persuasi visual.

Kelompok kedua yang mengerjakan konten promosi peserta didik baru diarahkan untuk menampilkan citra positif sekolah melalui visual yang informatif dan menarik. Tema ini menuntut siswa untuk memahami bagaimana storytelling

digunakan untuk memperkenalkan lingkungan sekolah, aktivitas siswa, fasilitas, suasana belajar, serta ajakan kepada calon peserta didik baru. Berbeda dengan iklan produk, konten promosi peserta didik baru membutuhkan keseimbangan antara informasi, citra institusi, dan daya tarik emosional.



Figure 2. Siswa sedang pengambilan gambar
Source: Dokumentasi Peneliti

Pada tema ini, siswa belajar menggunakan gambar untuk membangun kesan positif terhadap sekolah. Mereka diarahkan untuk menampilkan aktivitas, ruang, dan suasana yang merepresentasikan identitas sekolah. Storytelling visual dalam tema promosi peserta didik baru diarahkan agar tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan dengan calon siswa dan orang tua.

3. Peningkatan Kemampuan Pengambilan Gambar di Lapangan

Selama proses pengambilan gambar, siswa mulai menerapkan teknik sinematografi yang telah dipelajari. Mereka mencoba menggunakan variasi *shot*, mengatur posisi kamera, memperhatikan arah cahaya, serta menyesuaikan pergerakan kamera dengan kebutuhan adegan. Tim pendamping memberikan arahan langsung ketika ditemukan komposisi gambar yang kurang tepat, *angle* yang belum mendukung pesan, atau pergerakan kamera yang terlalu cepat dan tidak stabil.

Salah satu perkembangan yang terlihat adalah meningkatnya kesadaran siswa terhadap stabilitas gambar. Dalam produksi video pendek, stabilitas gambar menjadi aspek penting karena gambar yang terlalu goyang dapat mengganggu kenyamanan audiens. Setelah diberikan arahan, siswa mulai menggunakan teknik sederhana untuk menjaga kestabilan gambar, seperti memegang kamera dengan dua tangan, menggunakan tumpuan tubuh, memperlambat gerakan, dan menyesuaikan langkah saat melakukan pergerakan kamera.



Figure 3. Siswa sedang pengambilan gambar

Source: Dokumentasi Peneliti

Selain itu, siswa juga menunjukkan peningkatan dalam mengarahkan subjek atau pemeran. Mereka mulai memahami bahwa sinematografi tidak hanya berkaitan dengan kamera, tetapi juga dengan blocking, ekspresi, arah pandang, posisi tubuh, dan interaksi subjek di dalam frame. Pada kelompok iklan minuman kopi, pengarahan subjek digunakan untuk menampilkan ekspresi dan gestur yang mendukung daya tarik produk. Pada kelompok promosi peserta didik baru, pengarahan subjek digunakan untuk membangun kesan ramah, aktif, dan informatif.

Peningkatan lain terlihat dari kemampuan siswa dalam menyesuaikan *shot* dengan kebutuhan pesan. Pada konten iklan minuman kopi, penggunaan *close up* menjadi penting untuk memperlihatkan detail produk. Pada konten promosi peserta didik baru, penggunaan *wide shot* dan *medium shot* lebih banyak digunakan untuk memperlihatkan suasana sekolah dan aktivitas siswa. Hal ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa pilihan visual harus disesuaikan dengan tujuan komunikasi konten.

4. Realisasi Storytelling Visual dalam Video Pendek

Fokus utama kegiatan lanjutan ini adalah membantu siswa merealisasikan storytelling ke dalam bentuk visual. Berdasarkan hasil pengamatan, siswa mulai memahami bahwa cerita dalam video tidak harus selalu dijelaskan melalui dialog, tetapi dapat disampaikan melalui gambar, gestur, ekspresi, simbol, suasana ruang, suara, dan urutan adegan. Pemahaman ini penting karena video pendek di media sosial menuntut penyampaian pesan yang cepat, padat, dan mudah dipahami.

Pada kelompok iklan minuman kopi, storytelling visual diarahkan untuk membangun alur sederhana mengenai daya tarik produk. Alur tersebut dapat dimulai dari situasi kebutuhan atau suasana tertentu, kemudian menghadirkan produk sebagai solusi atau pusat perhatian, dan diakhiri dengan kesan positif terhadap produk. Dengan struktur tersebut, siswa belajar bahwa iklan yang baik tidak hanya menampilkan barang, tetapi juga membangun pengalaman visual dan emosional.



Figure 4. Hasil pengambilan gambar oleh siswa
Source: Dokumentasi Peneliti

Pada kelompok promosi peserta didik baru, *storytelling visual* diarahkan untuk membangun narasi tentang sekolah sebagai ruang belajar yang aktif, kreatif, dan menarik. Peserta belajar bahwa promosi sekolah tidak cukup hanya menampilkan fasilitas, tetapi perlu membangun cerita mengenai suasana, aktivitas, kebersamaan, dan peluang yang dapat diperoleh calon peserta didik. Dengan demikian, konten promosi memiliki kekuatan naratif sekaligus informatif.

Realisasi *storytelling visual* juga terlihat dari penggunaan *shot* yang mendukung pesan cerita. *Close up* digunakan untuk memperlihatkan detail produk atau ekspresi subjek. *Medium shot* digunakan untuk menampilkan interaksi. *Wide shot* digunakan untuk memperlihatkan lokasi dan suasana. Perpaduan berbagai jenis *shot* tersebut membantu siswa memahami bahwa video yang baik dibangun melalui rangkaian gambar yang saling berhubungan, bukan sekadar kumpulan gambar yang berdiri sendiri.

Selain aspek alur cerita, hambatan teknis yang cukup sering ditemukan selama praktik adalah masalah *continuity* (kesinambungan visual). Beberapa kelompok masih mengalami ketidaksesuaian posisi subjek, arah gerak, serta perubahan properti antar-shot yang menyebabkan transisi adegan terlihat kurang mulus. Kondisi ini terjadi karena siswa masih berfokus pada proses pengambilan gambar tanpa melakukan pencatatan detail adegan secara sistematis. Melalui sesi evaluasi, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya *shot list* dan pengecekan ulang setiap adegan sebelum proses perekaman berikutnya dilakukan.

Tantangan lain yang muncul adalah pengelolaan pencahayaan. Sebagian besar produksi memanfaatkan cahaya alami sehingga perubahan intensitas cahaya akibat cuaca menyebabkan perbedaan eksposur pada beberapa adegan. Pada kondisi tertentu ditemukan gambar yang terlalu terang (*over exposure*) maupun terlalu gelap (*under exposure*). Situasi ini menjadi pengalaman belajar bagi siswa untuk memahami pentingnya pemilihan waktu pengambilan gambar, posisi subjek terhadap sumber cahaya, serta penggunaan reflektor sederhana untuk membantu menjaga konsistensi visual.

Namun, beberapa tantangan masih ditemukan dalam proses *storytelling*. Sebagian siswa masih membutuhkan pendampingan dalam menjaga

kesinambungan visual, terutama pada perpindahan adegan, arah gerak subjek, dan keterhubungan antar-shot. Selain itu, beberapa bagian cerita masih memerlukan penguatan pada bagian pembuka dan penutup agar pesan video lebih jelas. Kendala ini menunjukkan bahwa kemampuan storytelling visual membutuhkan latihan berkelanjutan, terutama dalam tahap praproduksi dan penyuntingan.

5. Evaluasi Karya dan Refleksi Kegiatan

Pada tahap evaluasi, setiap kelompok mempresentasikan proses produksi dan hasil video pendek yang telah dibuat. Evaluasi dilakukan melalui diskusi terbuka antara tim pelaksana dan peserta. Tim pelaksana memberikan masukan berdasarkan beberapa aspek, yaitu kejelasan ide, kekuatan pesan, teknik pengambilan gambar, komposisi visual, pencahayaan, kesinambungan gambar, kreativitas, dan kerja sama tim.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kedua kelompok mampu menerapkan prinsip dasar sinematografi, meskipun dengan capaian yang berbeda sesuai tema dan pendekatan produksi masing-masing. Kelompok iklan minuman kopi menunjukkan kekuatan pada aspek visual produk dan penciptaan suasana. Sementara itu, kelompok promosi peserta didik baru menunjukkan kekuatan pada aspek penyampaian informasi dan representasi suasana sekolah.

Dari sisi storytelling, peserta mulai menyadari bahwa ide yang baik perlu didukung oleh struktur visual yang jelas. Mereka memahami bahwa video pendek tidak hanya membutuhkan gambar yang menarik, tetapi juga alur yang dapat diikuti oleh audiens. Kesadaran ini menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan karena siswa mulai mampu melihat produksi video sebagai proses komunikasi visual yang terencana.



Figure 5. Pendampingan Siswa

Source: Dokumentasi Peneliti

Kegiatan ini juga memperkuat kemampuan kerja sama siswa. Produksi video menuntut pembagian peran, seperti pengarah adegan, pengambil gambar, pemeran, penata properti, dan penyunting. Melalui proses tersebut, siswa belajar berkoordinasi, berdiskusi, menyampaikan ide, menerima masukan, dan menyelesaikan tugas secara kolaboratif. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan soft skills siswa.

Berdasarkan pengalaman pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa lesson learned yang dapat menjadi rekomendasi bagi program serupa. Pertama, pembelajaran sinematografi lebih efektif dilakukan melalui praktik langsung dibandingkan ceramah teoritis semata. Kedua, proses storytelling visual memerlukan perencanaan praproduksi yang matang agar kesinambungan cerita dapat terjaga selama proses pengambilan gambar. Ketiga, keterbatasan peralatan tidak menjadi hambatan utama apabila peserta memahami prinsip dasar komposisi, pencahayaan, dan pengelolaan visual. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produksi video siswa lebih banyak ditentukan oleh pemahaman konsep dan proses kreatif dibandingkan kecanggihan perangkat yang digunakan.

6. Sinematografi dan Storytelling sebagai Penguatan Lanjutan Literasi Digital

Kegiatan pengabdian lanjutan ini menunjukkan bahwa penguatan literasi digital tidak cukup hanya berhenti pada kemampuan menggunakan media dan membuat konten. Pada tahap berikutnya, siswa perlu diarahkan untuk memahami bagaimana konten diproduksi secara lebih bertanggung jawab, estetis, dan komunikatif. Dalam hal ini, teknik sinematografi dan storytelling visual menjadi dua aspek penting yang memperdalam keterampilan literasi digital siswa.

Sinematografi membantu siswa memahami bahasa visual. Melalui teknik pengambilan gambar, siswa belajar bahwa setiap gambar memiliki makna. Pemilihan *shot*, *angle*, komposisi, cahaya, dan gerakan kamera dapat memengaruhi cara audiens memahami cerita. Dengan demikian, siswa tidak hanya menjadi pengguna kamera, tetapi juga menjadi komunikator visual yang mampu menyampaikan pesan melalui pilihan-pilihan teknis yang sadar dan terarah.

Storytelling visual membantu siswa memahami struktur pesan. Melalui penyusunan ide, pengembangan alur, pengambilan gambar, dan penyusunan adegan, siswa belajar bahwa konten digital yang baik harus memiliki tujuan komunikasi. Video yang menarik bukan hanya video yang memiliki efek visual atau musik populer, tetapi video yang mampu membangun perhatian, menyampaikan pesan, dan memberikan pengalaman bermakna kepada audiens.

Sebagai lanjutan dari pengabdian sebelumnya, kegiatan ini memperlihatkan adanya pengembangan yang lebih spesifik. Program sebelumnya membangun fondasi literasi dan kreativitas digital siswa, sedangkan program lanjutan ini memperkuat aspek teknis dan naratif dalam produksi konten. Kesinambungan ini penting karena pemberdayaan siswa dalam bidang media digital membutuhkan proses bertahap, mulai dari pemahaman literasi, pengembangan kreativitas, penguasaan teknik produksi, hingga kemampuan menghasilkan karya yang memiliki kualitas visual dan naratif.

Meskipun kegiatan ini memberikan dampak positif, terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, durasi pelatihan yang terbatas menyebabkan pendalaman materi sinematografi dan storytelling belum dapat dilakukan secara

maksimal. Kedua, proses editing video belum menjadi fokus utama sehingga aspek pascaproduksi masih perlu diperkuat dalam kegiatan berikutnya. Ketiga, evaluasi karya masih bersifat kualitatif berdasarkan observasi dan diskusi, sehingga kegiatan lanjutan dapat menambahkan instrumen penilaian yang lebih terukur, seperti rubrik kualitas video, pre-test dan post-test, atau penilaian berbasis portofolio.



Figure 6. Foto Bersama
Source: Dokumentasi Peneliti

Dengan mempertimbangkan hasil dan keterbatasan tersebut, kegiatan ini dapat dikembangkan menjadi program pendampingan berkelanjutan. Materi lanjutan yang dapat diberikan meliputi penyutradaraan dasar, editing naratif, desain suara, color grading sederhana, manajemen produksi, dan strategi distribusi konten di media sosial sekolah. Dengan model pendampingan yang berkelanjutan, komunitas “Lensa Foursma” dapat menjadi laboratorium kreatif siswa dalam mengembangkan karya audiovisual yang edukatif, estetik, dan relevan dengan perkembangan media digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat lanjutan di SMAN 4 Singaraja yang dilaksanakan pada 17 April 2026 pukul 13.00 WITA sampai selesai berhasil memperkuat kemampuan siswa Gen Z dalam menerapkan teknik sinematografi dan merealisasikan storytelling visual melalui produksi video pendek. Kegiatan ini melibatkan 30 siswa anggota ekstrakurikuler sinematografi dan fotografi “Lensa Foursma” yang dibagi menjadi dua kelompok praktik dengan tema konten iklan minuman kopi dan konten promosi peserta didik baru.

Sebagai kelanjutan dari program penguatan literasi dan kreativitas digital sebelumnya, kegiatan ini memberikan pendalaman pada aspek teknis dan naratif produksi konten digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mengalami peningkatan pemahaman terhadap prinsip dasar sinematografi, seperti komposisi gambar, jenis *shot*, *angle* kamera, pencahayaan, pergerakan kamera, dan kesinambungan visual. Selain itu, siswa juga menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengembangkan ide, menyusun alur cerita, mengarahkan adegan, serta menerjemahkan pesan ke dalam bentuk visual yang komunikatif.

Kegiatan ini juga memperkuat kemampuan kolaboratif siswa dalam proses produksi. Melalui pembagian peran dan kerja kelompok, siswa belajar mengelola proses kreatif secara bersama-sama, menyelesaikan kendala teknis di lapangan, dan mengevaluasi hasil karya secara kritis. Dengan demikian, pelatihan sinematografi dan storytelling visual tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendukung pengembangan kreativitas, komunikasi, kerja sama, dan tanggung jawab siswa sebagai kreator digital muda.

Selain capaian keterampilan teknis, kegiatan ini juga memberikan pengalaman belajar mengenai pentingnya menjaga kesinambungan visual (continuity), pengelolaan pencahayaan, serta perencanaan praproduksi sebagai bagian integral dalam proses produksi video. Temuan tersebut menjadi pembelajaran penting yang dapat dijadikan dasar pengembangan program pelatihan audiovisual pada kegiatan berikutnya.

Kegiatan serupa disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan durasi yang lebih panjang agar peserta memiliki waktu yang cukup untuk mendalami proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Kegiatan berikutnya juga dapat difokuskan pada penyuntingan video, desain suara, color grading, penyutradaraan, dan strategi publikasi konten pada media sosial sekolah. Selain itu, pihak sekolah dapat menjadikan pelatihan produksi video sebagai program rutin ekstrakurikuler untuk memperkuat budaya literasi visual dan kreativitas digital siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Marlina, I., & Hendro Pramono, D. E. (2024). Peningkatan Literasi Digital melalui Pelatihan Pembuatan Konten Edukasi Berbasis Teknologi Informasi di SMAN 7 Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 27–38. <https://doi.org/10.30873/jppm.v6i2.4067>
- Monaco, J. (2009). *How to Read a Film: Movies, Media, and Beyond*. Oxford University Press.
- Nurrohmah, O. (2021). Literasi Digital Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Digital. *Nusantara Journal of Information and Library Studies N-JILS*, 4(1), 103–114.
- Pandiangan, A., & Shafa, S. I. (2021). Audit Komunikasi Instagram @Jokowi Yang Dikelola Oleh Tim Komunikasi Digital Presiden. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 18–32. <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2846>
- Pratista, H. (2017). *Memahami Film*. Montase Press.
- Rahman, A. R., & Alfiana, F. (2026). Cross-generational comparative analysis of educators communication patterns: A case study at SMPN 2 Selat, Karangasem, Bali. *Priviet Social Sciences Journal*, 6(1), 179–189. <https://doi.org/https://doi.org/10.55942/pssj.v6i1.1197>
- Rahman, A. R., & Astriani, A. (2024). AUDIT AUDIT KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL PANDAWARA GROUP DALAM MELAKUKAN KAMPANYE PEDULI LINGKUNGAN. *Journal Of Media and Communication Science*, 7(1), 7–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jcommsci.v7i1.260>

- Rahman, A. R., & Fajri, C. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (2021) Melalui KEK Mandalika Lombok. *Tuturlogi*, 4(3), 101. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2023.004.03.5>
- Rahman, A. R., Tiaraningrum, A. H., Bria, B. B., & Suartawan, W. (2025). PENGUATAN LITERASI DAN KREATIVITAS DIGITAL SISWA GEN Z MELALUI PELATIHAN PRODUKSI KONTEN DI SMAN 4 SINGARAJA. *Journal of Community Empowerment*, 4(3), 1215–1220. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jce.v4i3.36342>
- Sokowati, M. E., & Junaedi, F. (2019). Manajemen Produksi Media Digital Mojok.co dan Pemetaan Konten. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v7i1.13012>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta.
- Sumiati, E., & Wijonarko. (2020). Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 65–80.