

# **PROPOSAL PENGABDIAN MASYARAKAT**



## **Pelatihan Pembuatan Konten Video Sejarah di Sosial Media Untuk Staff Bagian Publikasi Museum Kehutanan**

**Oleh:**

<b>Venessa A. Gogali, MM, M.I.Kom</b>	<b>202206066</b>
<b>Selvy M. Widuhung, S.IP, MSi</b>	<b>201803049</b>
<b>Lukman, S.I.Kom, MM</b>	<b>201410312</b>
<b>Muhammad Ichsan, MM, M.I.Kom</b>	<b>201403081</b>
<b>Anita Hanum Rahmawati</b>	<b>42210054</b>
<b>Muhammad Jorgi</b>	<b>42210056</b>

**PROGRAM STUDI PENYIARAN  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BAHASA  
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA  
FEBRUARI 2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pelatihan Pembuatan Konten Video Sejarah di Sosial Media Untuk Staff Bagian Publikasi Museum Kehutanan
2. Mitra : Museum Kehutanan
3. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Venessa Agusta Gogali M.M, M.I.Kom
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIP : 202206066
  - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
  - e. Program Studi : Penyiaran (D3)
  - f. Email : venessa.vss@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 5
- Nama Anggota : Selvy Maria W S.IP, Msi  
Lukman M.M, M.I.Kom  
Muhammad Ichsan S.Ikom, MM
- Mahasiswa yang terlibat : 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
- a. Wilayah Mitra : Jakarta Pusat
  - b. Kabupaten/Kota : Jakarta
  - c. Propinsi : DKI Jakarta
6. Biaya : Rp.4.500.000,-

Jakarta, 15 Februari 2023

Mengetahui  
Rektor UBSI



**Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM., M.Pd  
, IPU, ASEAN Eng.**

Ketua Pelaksana

A handwritten signature in black ink, which appears to be 'V. Gogali', written over a faint grid background.

**Venessa Agusta Gogali M.M, M.I.Kom**

Menyetujui,  
Ketua LPPM UBSI



**Taufik Baidawi, M.Kom**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN .....	2
DAFTAR ISI.....	3
RINGKASAN.....	4
I.PENDAHULUAN.....	5
II.SOLUSI PERMASALAHAN.....	8
III.METODE PELAKSANAAN .....	8
IV.LUARAN DAN TARGET CAPAIAN .....	10
V.ANGGARAN.....	11
VI.JADWAL KEGIATAN .....	12
DAFTAR PUSTAKA .....	13

## RINGKASAN

Sejarah adalah sebuah pelajaran yang berharga mengenai masa lalu, dimana dengan membaca ataupun melihat tayangan yang berhubungan dengan sejarah maka kita bisa mengetahui asal mula didirikannya sebuah organisasi ataupun Lembaga pemerintahan. Tak jarang, hal itupun akan semakin membuat kita tertarik untuk mengetahui, mencintai dan melestarikan nilai-nilai sejarah yang ada ditayangan tersebut. Karena itulah, untuk semakin meningkatkan pengetahuan serta untuk menumbuhkan ketertarikan generasi muda berkunjung ke museum, khususnya museum Kehutanan, kami bekerjasama dengan bagian promosi museum kehutanan untuk memberikan pelatihan mengenai teknik membuat video sejarah untuk konten di media sosial. Dimana hal ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan keterampilan para staff promosi dalam mendesain, mengedit hingga memahami manajemen waktu penayangan video yang baik. Acara Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan secara online dengan dihadiri staff bagian Publikasi Museum Kehutanan, Jakarta Pusat dan juga masyarakat umum yang tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pembuatan video untuk konten sosial media. Adapun tahapan yang dilakukan terdiri dari; Tahap persiapan dengan melakukan peninjauan kegiatan dan melakukan kontak dengan pihak Museum Kehutanan; Tahap Pelaksanaan yaitu Pelatihan Pembuatan Konten Video Sejarah di Sosial Media dan; Tahap monitoring & evaluasi untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra. Target luaran dalam kegiatan ini adalah berupa *press release* di media online serta meningkatnya pengetahuan dan kemampuan karyawan Museum Kehutanan dan peserta webinar dalam membuat Konten Video Sejarah di Sosial Media.

## I. PENDAHULUAN

### 1. Analisis Situasi

Belajar merupakan perubahan dalam kepribadian yang perwujudan sebagai pola-pola respons baru yang berbentuk keterampilan, sikap, kebiasaan, pengetahuan dan kecakapan (M. Rusman, 2011). Saat ini, teknologi sangat berperan dalam meningkatkan motivasi siswa dalam pembelajaran, salah satunya dengan menggunakan media video yang dipercaya dapat membuat mereka lebih mudah memahami sebuah hal (Anshor, Sugiyanta, & Sri, 2015). Seperti halnya mempelajari sejarah sebuah museum tentunya akan sangat menyenangkan jika disajikan dengan tayangan yang menarik seperti video ataupun gambar. Dengan mengetahui asal asul sebuah museum seperti halnya museum kehutanan di Indonesia akan dapat meningkatkan rasa kecintaan generasi muda akan negara Indonesia dan juga keinginan untuk melestarikan hutan di Indonesia sehingga bisa terus menjadi paru-paru dunia.

Namun, membuat tayangan video sejarah tentunya diperlukan pengetahuan dan keterampilan yang baik karena harus dibuat dengan menarik tanpa mengurangi nilai-nilai yang terkandung dalam setiap moment perjalanan museum tersebut. Banyak aplikasi yang dapat digunakan dalam membuat video sejarah, tapi kebanyakan orang masih kurang memahami dalam memaksimalkan setiap fitur yang disediakan.

Bertolak dari hal itulah, kami ingin bekerjasama dengan Museum Kehutanan Indonesia untuk dapat membantu mereka dengan memberikan pelatihan mengenai cara membuat video sejarah museum yang menarik, untuk nantinya dapat digunakan pada konten-konten yang akan ditayangkan di sosial media mereka. Hal ini penting, karena menurut sebuah studi yang didanai oleh UNICEF dan dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menemukan bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. Mereka memiliki 3 (tiga) motivasi utama untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, untuk terhubung dengan teman lama dan baru dan untuk hiburan. Pencarian informasi yang dilakukan sering didorong oleh tugas –tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi. (Kominfo, 2014)

Media *online* disebut juga dengan digital media adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara (Irwansyah, 2011). Sedangkan menurut (Asmaya, 2015) media sosial merupakan *platform* yang mampu membantu dan memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Perdagangan yang dilakukan melalui media *online*, juga dikenal dengan istilah pemasaran online (e-merketing) yang menurut Kotler adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer menjangkau beragam layanan informasi online. (Kotler & Armstrong, 2018)

Museum Kehutanan sendiri merupakan sebuah pusat informasi dan dokumentasi kehutanan. Diharapkan Pusat Informasi dan Dokumentasi ini dapat merekam sejarah perjalanan kehutanan Bangsa Indonesia, serta dapat dimanfaatkan sebagai sumber ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Kehutanan. Pembangunan museum kehutanan berjalan bersamaan dengan pembangunan Gedung Pusat Kehutanan di kompleks Manggala Wanabakti. Namun peresmian dilakukan pada tanggal 24 Agustus 1983 oleh Presiden RI yang kedua, yakni Bapak Haji Muhammad Soeharto. Pada awalnya, pengelolaan Museum Kehutanan dilakukan oleh Badan Pengelola Gedung Manggala Wanabakti, dan bernama “Museum Manggala Wanabakti”. Namun pada tanggal 01 Juli 2012, pengelolaan Museum Kehutanan resmi dialihkan kepada Kementerian Kehutanan RI, dengan nama “Museum Kehutanan”,

dibawah koordinasi Biro Umum, Sekretariat Jenderal Kementerian Kehutanan. Pada tahun 2022, pengelolaan Museum Kehutanan diserahkan kepada Pusat Data dan Informasi (PUSDATIN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Museum memiliki koleksi sebanyak 883 artefak, namun tidak semuanya dapat dipamerkan di museum, hanya sekitar 529 artefak saja yang bisa kita lihat. Contohnya adalah sebuah gelondong jati yang berumur 336 tahun dengan lingkaran kambium yang dihubungkan dengan peristiwa penting yang terjadi di tanah air kala itu, kemudian ada pula diorama lima jenis hutan yang ada di Indonesia yang dibuat dengan menarik sehingga membuat pengunjung seakan bisa menikmati suasana hutan. (Asmara, 2019)

Maka dari itu, pelatihan pembuatan konten video sejarah museum untuk sosial media ini sangatlah bermanfaat bagi karyawan museum kehutanan khususnya bagian Publikasi yang bertugas untuk menyebar luaskan konten-konten yang membuat informasi seputar kegiatan museum kehutanan kepada publik melalui sosial media yang dimiliki. Dengan pembuatan konten yang menarik dan sesuai dengan tren yang disukai para generasi muda, kami percaya akan lebih banyak remaja dan juga masyarakat yang ingin berkunjung ke Museum Kehutanan.

Kegiatan pendampingan serta pelatihan pembuatan konten video sejarah ini juga diselenggarakan secara online dengan menyelenggarakan webinar dan terbuka untuk umum. Kami berharap masyarakat umum juga bisa ikut berpartisipasi dalam belajar dan memiliki kemampuan untuk membuat konten-konten kreatif untuk video mereka, sehingga dapat bermanfaat bagi orang yang menyaksikannya.



**Gambar 1. Museum Kehutanan berusaha menumbuhkan kecintaan generasi muda untuk memelihara dan menjaga kelestarian hutan di Indonesia**

## 2. Peta Lokasi Mitra

Lokasi mitra kami nanti di Museum Kehutanan Gedung Manggala Wanabakti Blok VI Jalan Gatot Subroto, Senayan, Jakarta Pusat. Lokasi ini berjarak sekitar 11,8 Km dari Kampus Kramat 98 Universitas Bina Sarana Informatika yang beralamatkan Jl. Kramat Raya No.98, RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450.



**Gambar 2. Peta Lokasi Mitra**

### **3. Permasalahan Mitra**

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya kemampuan dan pemahaman mengenai cara pembuatan konten video sejarah kehutanan yang menarik. Mereka hanya membuat video seadanya dengan sangat sederhana sehingga terkesan kurang menarik, padahal para remaja dan masyarakat pada umumnya saat ini sudah banyak menyaksikan video-video yang meskipun disajikan singkat, namun menarik perhatian, misal dengan menggunakan komposisi warna, grafis, tulisan, animasi, hingga menggunakan musik yang lebih membuat orang ingin menonton video itu hingga selesai.

## **II. SOLUSI PERMASALAHAN**

Solusi yang ditawarkan untuk memecahkan masalah pada Pengabdian Masyarakat ini yakni dengan mengadakan Pelatihan bagaimana membuat konten video sejarah yang menarik untuk dimuat dalam konten sosial media mereka. Dimana hasil desainnya dapat di publish di berbagai media sosial Museum Kehutanan untuk tujuan publikasi kegiatan museum.

## **III. METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan dari tahap persiapan sampai tahapan evaluasi terjadi tanggal 2 Maret 2022 hingga 5 April 2023 nanti yakni dalam pembuatan Laporan Pengabdian Masyarakat. Adapun Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra Museum Kehutanan, yaitu :

### **1. Tahap Persiapan**

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh para karyawan museum kehutanan dalam melakukan publikasi dan aktifitas sosial media terhadap berbagai macam kegiatan yang akan dilaksanakan serta melakukan perizinan untuk melakukan kegiatan pelatihan. Selanjutnya melakukan berbagai macam persiapan untuk pelatihan dengan membuat materi pelatihan/workshop mengenai Pelatihan Pembuatan Video Sejarah dengan output berupa publikasi *press release* di media internal dan peningkatan keterampilan mitra.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Kegiatan PM semester ini dilakukan secara Online di tempat mitra, dimana nanti peserta akan dipandu oleh tutor untuk membuat contoh video sejarah dengan menggunakan aplikasi yang sederhana seperti Canva, KineMaster dll untuk dipelajari.

Tahap 1: Pelatihan dan penjelasan mengenai pentingnya membuat konten baik berupa video yang kreatif untuk mempublikasikan sejarah Museum Kehutanan agar dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai sejarah Kehutanan Indonesia.

Tahap 2: Pelatihan dan pendampingan mengenai bagaimana cara menggunakan berbagai macam fitur yang terdapat pada aplikasi pembuatan video seperti Canva, KineMaster dll untuk mengedit video yang sudah dibuat dengan memasukkan berbagai unsur pendukung seperti tulisan, gambar maupun animasi.

Tahap 3: Pelatihan dan pendampingan dalam mempelajari berbagai fitur yang terdapat dalam aplikasi tersebut agar para staff dan masyarakat umum yang mengikuti webinar dapat lebih mengerti dan tahu cara pengaplikasiannya.

3. Tahap Monitoring dan evaluasi

Pada tahap ini para peserta yang merupakan staff Publikasi Museum Kehutanan akan diberikan *feedback* untuk memaksimalkan penggunaan smartphone mereka dalam pembuatan video sejarah yang baik dan juga video kegiatan museum untuk keperluan publikasi kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.

Pengabdian kepada Masyarakat semester Genap 2022 ini akan diadakan Secara Online pada:

Hari : Sabtu  
Tanggal : 25 Maret 2023  
Waktu : 09.00 – 12.00 WIB  
Tempat : Online Zoom Meeting

Tugas dari tim pelaksana Pengabdian Masyarakat sebagai berikut

1. Ketua Pelaksana

Nama : Venessa Agusta Gogali, S.I.Kom, MM, M.I.Kom  
Bidang Ilmu : Penyiaran  
Tugas :

- a) Bertanggung jawab dan merancang program Pengabdian Masyarakat.
- b) Melakukan pendekatan kepada mitra Pengabdian Masyarakat
- c) Mempersiapkan pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat
- d) Pendampingan dan pemantauan pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat

2. Anggota 1

Nama : Selvy Maria Widuhung, S.IP, MSi  
Bidang Ilmu : Penyiaran  
Tugas :

- a) Membuat proposal dan laporan PM
- b) Melaksanakan pendampingan dan pemantauan
- c) Berkoordinasi dengan mitra

3. Anggota 2

Nama : Lukman, S.I.Kom, MM  
Bidang Ilmu : Penyiaran  
Tugas :

- a) Melakukan dokumentasi kegiatan
- b) Membuat Press Release Kegiatan PM
- c) Membuat & Mengelola absensi panitia dan peserta Pengabdian Masyarakat

4. Anggota 3

Nama : Muhammad Ichsan, S.I.Kom, MM  
Bidang Ilmu : Penyiaran  
Tugas :

- a) Membuat materi dan mempresentasikannya
- b) Menjawab pertanyaan seputar materi pada saat presentasi
- c) Mengelola respon dari peserta pelatihan berupa kuestioner

Mahasiswa yang dilibatkan dalam program kemitraan Pengabdian Masyarakat

1. Nama : Anita Hanum Rahmawati  
Nim : 42210054  
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan pelatihan
2. Nama : Muhammad Jorghi  
Nim : 42210056  
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan pelatihan

#### **IV. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN**

Berikut adalah luaran dan target capaian yang ingin dilakukan:

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Dimuat di portal media lokal	Ada
2	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Ada
		Keterampilannya meningkat	Ada

## V. ANGGARAN

Justifikasi anggaran disusun secara rinci.

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Honor narasumber pelatihan	1	Orang	750.000	750.000
2	Dokumentasi	1	kali	200.000	200.000
Total Honor					950.000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Kuota Internet	30	Paket	50.000	1.500.000
2	souvenir	1	Pcs	450.000	450.000
Total Belanja Bahan					1.950.000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Konsumsi Peserta	30	Box	25.000	750.000
2	Snack peserta	30	Box	15.000	450.000
3	Air mineral	5	Dus	40.000	200.000
Total Belanja Barang Non Operasional					1.400.000
BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Transportasi Survey	4	orang	150.000	100.000
2	Transportasi Pelatihan	4	Orang	150.000	100.000
Total Biaya Perjalanan					200.000
Total Keseluruhan					4.500.000

## VI. JADWAL KEGIATAN

No	Nama Kegiatan	Minggu/Bulan					
		2 Maret	13 Maret	20 Maret	25 Maret	31 Maret	5 April
1	Survey lapangan						
2	Penyusunan materi pelatihan						
3	Pembuatan Kuisisioner						
4	Pelatihan Editing Desain video promosi						
5	Publikasi media massa cetak						
6	Evaluasi						
7	Penyusunan Laporan						

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshor, S., Sugiyanta, I. G., & Sri, R. K. U. (2015). Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Video Terhadap Aktivitas Dan Hasil Belajar Geografi. *Jurnal Penelitian Geografi*, 3(7).
- Asmara, D. (2019). Peran Museum dalam Pembelajaran Sejarah. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora*, 2(1). <https://doi.org/10.31539/kaganga.v2i1.707>
- Asmaya, F. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prosocial Remaja Di Kenagarian Koto Bangun. *Jom Fisip*, 2(2).
- Irwansyah. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Puskombis Universitas Mercu Buana.
- Kominfo. (2014). 98 Persen Anak dan Remaja Tahu Internet. *18 Februari*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing seventeenth edition: Creating Customer Value and Engagement. *Principles of Marketing*.
- M. Rusman. (2011). Model-model pembelajaran: Mengembangkan profesionalisme guru. In *Jakarta: Raja Farindo Persada* (Vol. 1).