

## MELAYANI TUHAN DENGAN MEDIA BARU PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN ONLINE GEREJA

**Maria Yuliasuti<sup>1</sup>, Yuli Nugraheni<sup>2</sup>, Akhsaniyah<sup>3</sup>**  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Indonesia  
email: [yulinugraheni@ukwms.ac.id](mailto:yulinugraheni@ukwms.ac.id)  
<https://doi.org/10.24071/aa.v5i1.3817>  
diterima 3 November 2021; diterbitkan 21 April 2022

### Abstract

The pandemic period is a challenge for all parties, including the Church which has an important role in society. The Faculty of Communication Studies (FIKOM) of Widya Mandala Catholic University Surabaya (UKWMS) is actually present in the community, one of which is the Church. The Good Shepherd Parish (GYB) Surabaya is currently trying to maximize the services that can be done during this pandemic. Starting from the live streaming of the sacrament of the Eucharist, to the creation of social media accounts in the form of Facebook (FB) and Instagram (IG) to be able to build good communication between the parish and the parishioners. However, over time, the form of service that should be maximized in two parts, namely the Sacramental service or the Non-Sacramental-Sacramental service, has not been realized in practice. The obstacle encountered by the GYB Parish is in the management of online media content itself. Where after the website or social media FB and IG were created, it turned out that the content was still very limited only about the Eucharist. The Social Communications Division (KOMSOS) together with the Broadcasting Team as managers of the GYB Parish have limited knowledge, so they have not been able to maximize the existing online media. This main problem underlies the implementation of the Community Service Program (Abdimas). FIKOM which has knowledge in media management, one of which is online media is considered to be able to help to provide practical skills on managing church social media. The method of implementation is through a series of training or assistance to the GYB Parish in managing social media content which so far has not been maximized. This training or mentoring will focus on the needs of the GYB Parish in two parts of the service, both sacramental services and non-Sacramental-Sacramental services. The ultimate goal of implementing this program is that it is hoped that the GYB Parish will be able to independently manage their online media content, so that communication between GYB Parish and the people will be maximized. The end result of this community service activity is that members of the Parish Community Commission are skilled in producing content on parish social media with creative content, photography, videography and editing skills.

**Keywords:** content, media, online, church

### PENDAHULUAN

Masa pandemi menjadi tantangan bagi semua pihak, termasuk Gereja yang memiliki peran penting di masyarakat. Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) yang merupakan bagian dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) memiliki budaya PEKA (PEduli Komit Antusias) yang dapat diwujudkan secara nyata di lingkungan masyarakat, salah satunya adalah Gereja. Paroki Gembala Yang Baik (GYB) Surabaya saat ini berusaha memaksimalkan pelayanan

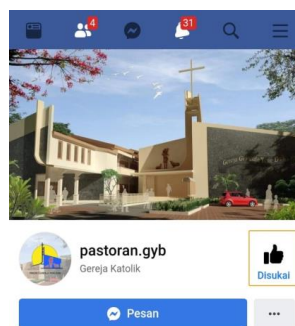
yang dapat dilakukan di masa pandemi ini. Mulai dari *live streaming* sakramen ekaristi, hingga dibuatnya akun media sosial berupa Facebook (FB) dan Instagram (IG) untuk dapat membangun komunikasi yang baik antara Paroki dan umat. Paroki Gembala Yang Baik (GYB) telah berdiri sejak tahun 1982 dan pada tahun 2020 ini sudah genap berusia 38 tahun. Pada usia tersebut, tentunya Paroki GYB telah melewati banyak tantangan dalam melayani umatnya. Visi dan misi Paroki GYB sendiri adalah keberakaran iman dan signifikansi kekatolikan (Putroadi dkk, 2007: 13). Berdasarkan visi misi tersebutlah yang selama ini menjadi panutan Paroki GYB dalam melayani berbagai kegiatan pelayanan Sakramen ataupun pelayanan Non Sakramental-Sakramentalia (Kaha SVD, 2019: iii).

Pelayanan Sakramen terdiri dari Sakramen Baptis (bayi/anak, remaja, dewasa, dan lanjut usia/sakit), Sakramen Ekaristi (misa lingkungan, komuni pertama, dan komuni orang sakit), Sakramen Pengurapan Orang Sakit, Sakramen Krisma/ Penguatan, Sakramen Perkawinan, Sakramen Tobat, Sakramen Imamat dan Hidup Membiara. Pelayanan Non Sakramental-Sakramentalia meliputi Pelayanan Kematian, Pelayanan Misa Lingkungan/ Wilayah, Pelayanan Pemberkatan Rumah, Pelayanan Kunjungan Keluarga, Pelayanan Doa Keluarga/ Ibadat Sabda, Pelayanan Surat Menyurat, Pelayanan Pendidikan, Pelayanan Pengobatan, dan Pendataan Umat. Keseluruhan pelayanan tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Paroki GYB di tengah pandemi Covid-19 ini. Bagaimana tidak, keseluruhan pelayanan yang selama ini secara dilakukan secara tatap muka, ketika pandemi Covid-19 ini sebisa mungkin tidak dilakukan secara tatap muka.

Salah satu pelayanan yang mendapatkan perhatian utama adalah Sakramen Ekaristi yang selama ini rutin setiap hari ataupun dilakukan setiap minggunya terpaksa harus dilakukan secara daring/ *online*. Hal ini tentunya tidak mudah dilakukan, mengingat Paroki GYB memiliki keterbatasan alat dan juga sumber daya manusia yang mumpuni untuk melakukan itu. Namun dengan segala kemampuan Paroki dan sumbangsih tenaga maupun alat dari umat yang ada, Paroki GYB akhirnya berhasil melakukan *live streaming* misa *online* secara rutin setiap minggunya. Guna memperlancar komunikasi antar Paroki dan umat, maka dibuatlah akun Facebook (FB) dan Instagram (IG) untuk memfasilitasi. Berikut akun FB dan IG yang telah dibuat oleh Paroki GYB dan selama ini telah dikelola oleh Tim Broadcating dari Pihak Paroki.



Gambar 1.1 Akun Instagram Paroki GYB



Gambar 1.2 Akun Facebook Paroki GYB

Melalui dua akun media sosial diatas, Paroki sangat berharap banyak mampu memberikan informasi ataupun pelayanan kepada umat secara maksimal. Namun ternyata hal tersebut masih hanya memfasilitasi pelayanan Paroki dalam lingkup kecil, masih banyak bentuk pelayanan yang belum mampu dilakukan secara daring. Terlebih lagi, akun FB dan IG yang seharusnya mampu memperlancar aliran komunikasi antar Paroki dan umat ternyata masih belum mampu secara maksimal dilaksanakan. Bidang Pastoral Komunikasi Sosial (KOMSOS) yang mengelola media komunikasi *online* tersebut belum mampu bergerak secara maksimal. Keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dalam mengelola media online ini yang menjadi masalah tersendiri. Seperti

konten dari akun IG Paroki GYB ini yang masih didominasi oleh informasi seputar Sakramen Ekaristi, berikut hasil *screen shoot* nya:



Gambar 1.3 Konten Akun Instagram Paroki GYB

Fakta ini menunjukkan bahwa Paroki GYB sangat membutuhkan bantuan dalam mengelola konten akun di media online. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan yang disampaikan oleh Pak Purno selaku koordinator dari Tim Broadcasting Paroki GYB, “Secara teknis kami mampu melakukan *live streaming*, membuat website, ataupun membuat akun Facebook dan Instagram. Namun kami masih sangat minim pengetahuan untuk mengelola konten media online itu sendiri. Kami kurang paham dan membutuhkan semacam pelatihan atau pendampingan,” jelasnya.

Munculnya Pandemi Covid-19 ini membuat pihak Paroki Gembala Yang Baik (GYB) mau tidak mau harus menyesuaikan diri untuk melaksanakan kebiasaan baru. Layanan ibadat yang biasanya dilakukan secara tatap muka setiap harinya, akan disesuaikan dengan protokol kesehatan dengan cara yang lain. Yaitu melalui ibadat *online* (melalui *live streaming*). Tidak hanya itu, informasi yang biasanya dengan mudah diumumkan saat ibadat berlangsung, dirasa kurang cukup, dimana harus menggerakkan Ketua Wilayah yang kemudian didistribusikan pada Ketua Lingkungan untuk selanjutnya disampaikan kepada umat sesuai kelompok lingkungannya. Pada awalnya proses penyampaian informasi dari hulu ke hilir tersebut dirasa cukup. Namun ternyata lama kelamaan dirasa kurang efektif. Umat masih kesulitan mendapatkan informasi. Akhirnya dibuatlah media sosial, melalui Facebook (FB) dan Instagram (IG) yang selama ini dirasa paling banyak diakses. Pengumuman mengenai Sakramen Ekaristi inilah yang selama ini rutin disampaikan melalui FB dan IG. Mulai dari pengumuman ibadat harian, mingguan, juga acara ataupun peringatan penting yang dirasa perlu disampaikan.

Lama kelamaan pengumuman tersebut sifatnya dirasa terlalu monoton. Umat yang mengakses media sosial tersebut, baik FB maupun IG merasakan kebosanan. Dimana konten yang ada di FB maupun IG dirasa hanya itu-itu saja. Perlu konten yang lebih menarik lagi ataupun juga interaktif untuk semakin menarik umat Paroki GYB mengakses media sosial Paroki GYB, baik FB ataupun IG. Paroki GYB sendiri memang memiliki Bidang Komunikasi Sosial (KOMSOS) yang memiliki tugas untuk membantu kelancaran informasi antara Paroki dan umat dalam setiap pelayanan yang diberikan oleh Paroki ataupun pelayanan yang dibutuhkan oleh umat. Karena keterbatasan pengetahuan akan kemampuan untuk membuat konten media online dan media sosial baik FB dan IG yang menarik, maka pihak KOMSOS dari GYB sangat membutuhkan bantuan untuk dapat membuat konten menarik.

Pihak Paroki GYB sangat paham akan pentingnya menjalin komunikasi yang baik, antara gereja dan umat ataupun sebaliknya. Sehingga kegiatan pelayanan Sakramen ataupun pelayanan Non Sakramental-Sakramentalia secara keseluruhan mampu berjalan baik dan tidak timpang hanya beberapa pelayanan saja yang mampu dilakukan. Pelatihan ataupun pendampingan mengenai pembuatan konten yang menarik ini menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi Paroki

saat ini. Dimana kondisi pandemi ini juga tidak dapat diketahui hingga kapan berlangsung, sehingga komunikasi secara daring melalui website ataupun media sosial berupa FB dan IG menjadi kebutuhan utama. Sangat diharapkan dengan pelatihan ataupun pendampingan dalam pembuatan konten media online ini dapat dilakukan, dan selanjutnya akan membuat komunikasi antara kedua belah pihak, baik Paroki ataupun umat bisa berjalan baik dan lancar.

Berangkat dari kebutuhan dan permasalahan tersebut, maka Tim Pengabdian Masyarakat Fikom UKWMS memberikan pelatihan dan pendampingan bagi pihak Komunikasi Sosial (KOMSOS) GYB yang beranggotakan Tim Broadcasting supaya lebih maksimal lagi dalam mengelola media online Paroki GYB, baik website maupun media sosial (Facebook dan Instagram). Maka tujuan dari pelaksanaan program ini adalah diharapkan pihak Paroki GYB dapat secara mandiri melakukan pengelolaan konten media online yang mereka miliki, sehingga komunikasi antara Paroki GYB dan umat akan semakin maksimal. Hasil akhir dari kegiatan Program Pengabdian masyarakat ini anggota Komsos paroki telah terampil memproduksi konten konten di media social paroki dengan ketrampilan teknis memproduksi content creative, fotografi, videografi dan editing.

Solusi terhadap permasalahan mitra adalah: penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan untuk pengelolaan website, penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan untuk produksi konten Facebook, penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan untuk produksi konten Instagram.

### **Media Sosial**

Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC), dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan editor layaknya institusi media massa (Nasrullah, 2018: 11). Media sosial memberi fitur bagi penggunanya untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video kepada satu sama lain (Kotler & Keller, 2012. Hal 546). Salah satu jenis platform media social adalah facebook dan instagram.

### **Facebook**

Situs ini menjadi ruang siber, dimana penggunaannya berbagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial. ‘Wall’ merupakan fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mengungkapkan apa yang sedang dialami/disaksikan, bercerita tentang keadaan sekitar, hingga tanggapannya terhadap situasi saat ini, misalnya politik (Nasrullah, 2018: 40). Kemudian terdapat fitur *like* dan *comment* untuk memberi tanda suka dan memberi komentar. Pengguna dapat menggunakan fitur *message* untuk mengirim pesan ke pengguna lain, hingga bertukar foto maupun video. Facebook juga menyediakan fitur *friends*, dimana pengguna dapat menambah teman hingga fitur lain seperti *applications*, *games*, *notes*, *poke*, dan *gifts* (Winarno dalam (Nugraheni & Anastasia, 2017: 17)

### **Instagram**

Jumlah pengguna yang telah mencapai 300 juta orang diseluruh dunia membuat media sosial ini menjadi salah satu *platform* baru yang digemari karena fitur unggah foto dan videonya. Sebelum mengunggah foto, pengguna dapat memberikan editan pada foto seperti efek, hingga merubah ukuran foto menjadi ukuran polaroid (Khanza dalam (Nugraheni & Anastasia, 2017. Hal 15). Sosial media ini juga memberikan fitur *like* untuk menyukai postingan yang disukai pengguna hingga melibatkan pengguna lain dalam fitur komentar. Salah satu keunikan Instagram adalah memiliki halaman populer dimana pengguna dapat melihat berbagai macam foto yang berasal dari seluruh dunia maupun menyebar foto yang kita unggah hingga ke mancanegara (Anwar dalam (Nugraheni & Anastasia, 2017: 17)

### **Fotografi**

Fotografi itu mempelajari teknik memotret yang tepat dengan pengaturan cahaya yang pas dan sekaligus juga mengolah gambar yang benar (Gani & Kusumalestari, 2014:4). Fotografi ini

merupakan seni yang berupa gambar namun dapat berbicara banyak tanpa harus berkata-kata. Hal tersebut yang tentunya menjadi tantangan tersendiri saat mempelajari fotografi. Tidak hanya kemampuan saat mengambil foto saja. Namun juga memerlukan teknik yang tepat, sehingga gambar (foto) yang dihasilkan dapat sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Bahkan untuk mengatur komposisi dalam pengambilan gambar, baik berupa garis, bentuk, bangun, bayangan, dan sebagainya juga memerlukan teknik khusus supaya terlihat lebih menarik sesuai dengan keinginan (Wibawa, 2020: 6-9).

### ***Videografi***

Video sendiri secara teknis dapat dikatakan sebagai kumpulan frame hasil dari proyeksi lensa yang akhirnya menjadi gambar yang bergerak (Arsyad, 2011 : 49). Gambar bergerak dalam hal ini berupa audio dan visual yang keduanya saling melengkapi untuk dapat menyampaikan pesan tertentu. Hal tersebut juga sejalan dengan yang disampaikan oleh Spencer (1973: 454), bahwa Videografi itu merupakan gabungan dari gambar yang dapat menghasilkan pesan, ide ataupun cerita di dalamnya. Pengambilan video tentunya juga menjadi bagian yang penting. Namun, pengambilan video ini berbeda dengan foto, dimana foto hanya berupa gambar diam dan video ini sebaliknya yaitu mengambil gambar bergerak (Semedhi, 2011: 57).

Ketika mengambil gambar bergerrak inipun juga wajib menekankan pada teknik yang digunakan, yaitu yang sering dikenal dengan teknik sinematografi. Sinematografi sendiri memiliki prinsip untuk memudahkan penonton dapat menangkap pesan yang ingin disampaikan, dengan kata lain gambar diharapkan mampu berbicara (thinkthat every picture as statemen) seperti yang disampaikan oleh Semedhi (2011: 47).

### ***Content creative***

*Content Creator* saat ini merupakan pekerjaan yang paling banyak diminati, istilah *Content Creator* ini untuk menyebut seseorang yang memiliki pekerjaan menciptakan isi atau konten pada sebuah media yang nantinya akan dibagikan secara online (Stasik, 2021). Karya yang dihasilkan oleh *Content Creator* itulah yang disebut *creative content* yang dapat berupa gambar, foto, ataupun video yang telah *publish* sehingga dapat diakses oleh semua orang lewat media online. Terdapat beberapa hal yang perlu dipersiapkan untuk dapat membuat konten kreatif menurut Dako (2021) diantaranya adalah kenali target market, topik dan bahasa dalam konten harus relevan, disamping itu juga perlu membuat konten yang memang dibutuhkan oleh target market kita, kemudian juga harus menimbulkan motivasi, dan akan lebih baik jika dapat dibuat atraktif dan interaktif.

## **METODE PELAKSANAAN**

Sasaran program pengabdian masyarakat ini adalah para anggota Komisi Sosial Paroki Gembala Yang Baik Surabaya sebanyak 30 orang. Tahapan pelaksanaan dilakukan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan. Dilaksanakan persiapan kegiatan antara Tim Abdimas Fikom UKWMS dengan pihak GYB. Rapat persiapan dilakukan secara daring untuk mempersiapkan seluruh rangkaian kegiatan. Dilaksanakan 3 kali rapat persiapan sebelum kegiatan dilaksanakan. Rapat pertama untuk persiapan awal tim, rapat ini bersifat internal bagi anggota Tim Abdimas FIKOM UKWMS. Rapat ini juga bersifat untuk menyiapkan seluruh materi abdimas. Rapat kedua diselenggarakan bersama dengan Tim dari GYB, untuk menentukan pelaksanaan dan teknis acara. Rapat ketiga diselenggarakan bersama dengan Tim GYB, untuk persiapan akhir kegiatan.
2. Tahap Pelatihan. Pelatihan diselenggarakan sekaligus memberikan pelatihan untuk pembuatan konten, fotografi, dan videografi. Seluruh narasumber pelatihan adalah dosen dan mahasiswa FIKOM UKWMS.

3. Tahap Pendampingan Produksi Konten. Setelah selesai dilaksanakan pelatihan maka Tim KOMSOS GYB akan memproduksi konten dengan pendampingan dari Tim Abdimas FIKOM UKWMS. Seluruh pendamping adalah dosen dan mahasiswa FIKOM UKWMS
4. Tahap Partisipasi Mitra. Mitra dalam hal ini GYB berpartisipasi penuh dalam pelaksanaan Abdimas dengan melibatkan seluruh anggota dari KomSos (Komisi Sosial), REKAT (Remaja Katolik), OMK (Orang Muda Katolik), Team Broadcasting, BIAK (Bina Iman Anak Katolik), Ketua Wilayah, Ketua Lingkungan, dan BGKP (Badan Gereja Katolik Paroki) GYB untuk terlibat dalam pelatihan. Selain itu mitra juga berpartisipasi menyediakan sarana dan prasarana pelatihan.
5. Tahap Evaluasi. Evaluasi kegiatan dilaksanakan secara berkala oleh Tim Abdimas FIKOM UKWMS dengan memantau penampilan yang berupa unggahan konten di media online dan juga media sosial Paroki GYB.

Proses pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara bersama oleh Tim Abdimas Fikom UKWMS dan Komsos Paroki Gembala Yang Baik Surabaya sesuai tahapan pelaksanaan diatas. Keterlibatan Tim Abdimas Fikom terdiri dari 3 orang dosen dan 4 orang mahasiswa Fikom UKWMS. Jumlah masyarakat yang terlibat sekitar 30 anggota Komsos Paroki Gembala Yang Baik Surabaya. Lokasi abdimas di Gereja Gembala Yang Baik Surabaya. Jalan Jemur Handayani Surabaya. Lama pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dari awal hingga akhir selama satu semester. Indikator keberhasilan yang diharapkan adalah Tim Komsos berhasil memproduksi konten fotografi dan videografi untuk diunggah di media social Paroki GYB

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan program Abdimas ini terbagi dalam tahap persiapan dan pelaksanaan. Dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

### ***Persiapan***

Paroki Gembala Yang Baik (GYB) Surabaya, merupakan salah satu paroki yang di masa pandemi covid-19 ini masih berusaha maksimal untuk melayani dan memenuhi kebutuhan umatnya. Di tengah keterbatasan, GYB berusaha untuk mempersiapkan dan melaksanakan misa online untuk kemudian disiarkan secara live melalui YouTube Channel GYB. Suatu proses yang tidak pernah terbayang sebelumnya. Tidak berhenti disitu saja, kebutuhan Paroki pun bertambah. Umat yang rindu beribadah di gereja mengharapkan adanya media yang mampu mengurangi rasa rindu tersebut. Media yang diharapkan nantinya dapat berisi semua tentang GYB. Mulai dari kegiatan paroki hingga bentuk-bentuk pelayanan lainnya yang mampu diakses umat GYB dengan mudah. Tim pengabdian telah berdiskusi dengan pihak-pihak GYB yang terkait. Mulai dari Tim KomSos (Komunikasi Sosial), Tim Broadcasting, BGKP (Badan Gereja Katolik Paroki), dan juga Romo Lucius sebagai Romo Paroki.. Hasilnya, keseluruhan dari mereka sangat menyambut antusias kegiatan pengabdian ini. Dukungan terus diberikan, mulai dari diskusi teknis acara, waktu pelaksanaan, tempat pelaksanaan, siapa saja yang diundang, bahkan juga usulan-usulan materi yang dibutuhkan. Sangat antusias. Rencana awal pelatihan akan diberikan secara tatap muka, dimana akan banyak pertanyaan yang muncul. Membutuhkan diskusi dan juga pendampingan secara langsung. Namun, tak disangka, dikarenakan pandemi covid-19 ini yang semakin tidak terkendali maka solusi pelatihan yang kami tawarkan melalui daring. Paroki GYB dalam waktu dekat telah merencanakan pembuatan website sebagai wadah informasi serta bentuk pelayanan kepada umat. Oleh karena itu dibutuhkan pendampingan informasi apa saja yang perlu ada dan bagaimana caranya untuk dapat menuangkan ke dalam website dengan baik. Begitu pula dengan kebutuhan dalam bermedia sosial. Paroki GYB membutuhkan pendampingan untuk pembuatan konten di Instagram dan Facebook. Bagaimana menentukan konten, apa saja yang dibutuhkan

dalam membuat konten, bagaimana caranya untuk tahu hasil evaluasi dari konten kita, apakah yang perlu dilakukan supaya media sosial itu menarik. Melalui beberapa kebutuhan tersebut, kami berdiskusi hingga akhirnya menentukan tema yaitu “Pelatihan Pembuatan Konten: Melayani Tuhan dengan Media Baru”. Diharapkan pelatihan ini dapat bermanfaat bagi seluruh komponen Paroki GYB yang terlibat dalam media Paroki GYB. Hingga akhirnya kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik walaupun secara daring.

**Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian ini secara teknis menyampaikan materi pelatihan secara bertahap. Tahap pertama adalah pemberian materi mengenai pembuatan konten. Tahap kedua, mengenai fotografi dan videografi. Tahap ketiga, materi mengenai teknis editing video atau audio visual. Pada tahap pertama, mengenai pembuatan konten ini diawali dengan proses yang harus dilalui saat membuat konten. Mulai dari menentukan target market, informasi/ topik apa yang ingin diangkat, pembuatan konten, siap di publikasikan, hingga dilakukan evaluasi.



Gambar 4.1. Pemateri Content Creator

Tahap kedua materi mengenai teknik pengambilan foto (fotografi). Bahwa setiap jepretan foto itu mewakili pesan kita, baik dari sudut pengambilan gambar, warna, cahaya, ataupun perwakilan dari sebuah objek yang kita ambil. Teknik-teknik dasar pemotretan adalah suatu hal yang harus dikuasai agar dapat menghasilkan foto yang baik. Kriteria foto yang baik sebenarnya berbeda-beda bagi setiap orang, namun ada sebuah kesamaan pendapat yang dapat dijadikan acuan. Foto yang baik memiliki ketajaman gambar (fokus) dan pencahayaan (eksposure) yang tepat. (Prasetyo, 2012).

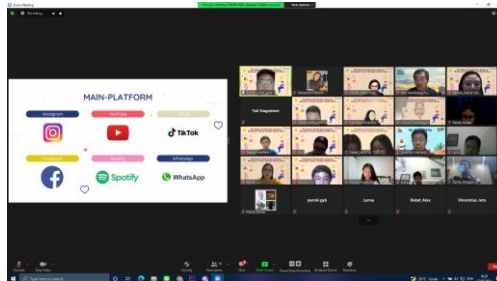


Gambar 4.2 Pemateri Fotografi

Kemudian berlanjut dengan teknik pengambilan video yang wajib menyesuaikan dengan kebutuhan pengambilan video tersebut. Mulai dari sinopsis, lokasi, waktu pengambilan, model/ objek video, dan juga pesan yang ingin disampaikan harus saling mendukung. Sehingga sasaran mengetahui pesan/ makna dibalik pengambilan video tersebut sesuai dengan yang kita inginkan. "Komposisi adalah cara mengatur/menyusun bagian-bagian dari gambar (misalnya garis-garis,

bentuk, ruang bebas, bayangan, warna, tekstur, dan lain-lain) agar gambar lebih menarik dan mudah dimengerti" (Wibawa, 2020)

Tahap ketiga adalah proses editing, mulai dari memilah-milah video yang akan digunakan. Kemudian mengambil bagian-bagian yang penting saja, menambahkan narasi, voice over, hingga backsound dan beberapa efek yang mendukung konsep dari pembuatan video tersebut. Keseluruhan tahap tersebut tentunya memiliki tingkat kesulitan yang beragam. Disinilah kami memberikan pendampingan walaupun secara online. Beberapa pertanyaan muncul mulai dari menentukan topik konten, kreatifitas teknik pengambilan gambar, hingga fitur-fitur tambahan pendukung editing video.



Gambar 4.3 Sesi materi

Pertanyaan tidak hanya datang dari KomSos (Komisi Sosial), tetapi juga dari REKAT (Remaja Katolik), OMK (Orang Muda Katolik), dan Team Broadcasting. Pada akhir pendampingan, Romo Lucius juga menyampaikan terima kasih atas pendampingan yang telah diberikan dan sangat bermanfaat sekali bagi semua komponen di Paroki GYB. Melalui Romo Lucius, Paroki GYB juga mengharapkan jika pendampingan dari Tim Pengabdian FIKOM UKWMS ini tidak berhenti sampai disini. Namun juga dapat dilaksanakan secara berkelanjutan. Tim Abdimas mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UKWMS yang telah membiayai secara penuh program ini. Juga kepada Program studi Ilmu Komunikasi UKWMS dan kepada Pastor kepala Paroki Gereja Gembala Yang Baik Surabaya dan Tim Komsos.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Abdimas yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan praktis fotografi dan videografi anggota Komsos Paroki Gembala Yang Baik Surabaya. Ketrampilan ini dibutuhkan untuk memproduksi konten media social yang dikelola oleh Komsos Paroki Gembala Yang Baik Surabaya. Program Pengabdian masyarakat melibatkan 30 anggota Komsos Paroki Gembala Yang Baik sebagai mitra dan Tim Abdimas Fikom UKWMS sebanyak 4 orang dosen dan 3 orang mahasiswa. Aktivitas ini berlangsung secara bertahap dari tahap persiapan hingga evaluasi selama 1 semester. Dilaksanakan selama semester genap 2020/2021.

### Saran

Saran praktis yang bisa diberikan adalah tetap melaksanakan pendampingan secara rutin kepada Tim Komsos GYB berkaitan dengan pengelolaan konten media parokinya. Selain itu juga menawarkan program untuk meningkatkan ketrampilan memproduksi content baru untuk variasi konten yang sudah ada. Pelatihan untuk content creative dan pengenalan pada media yang lain diantaranya yaitu podcast yang mulai digemari anak muda.



## DAFTAR REFERENSI

- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Dako, B., & Communication. (2021). Creative content, strategi menonjolkan diri di era digital. Diakses dari <https://dakobc.com/2019/03/14/creative-content-strategi-menonjolkan-diri-di-era-digital/> . Diakses Tanggal 1 Agustus 2021, Pukul 16.00 WIB.
- Gani, Rita, & Kusumalestari, R. R. (2014). *Jurnalistik foto: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kaha, S. V. D., & Gregorius, R.P. (2019). *Pedoman pelayanan umat paroki gembala yang baik*. Surabaya: Dewan Pastoral Paroki.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (4<sup>th</sup> Ed.). Pearson Education Inc
- Nasrullah, R. (2018). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraheni, Y., & Anastasia, Y.W. (2017). Sosial media habit remaja Surabaya. *Jurnal Komunikatif*, 6(1), 13-30
- Prasetyo, A. (2012). *Melukis dengan cahaya - Belajar teknik fotografi* (1<sup>st</sup> Ed). Bengkel Sinema Indonesia
- Putroadi, R. A., Catharina, N., Ali, K., & Bertha, S. (2007). *Dua puluh lima tahun paroki gembala yang baik*. Surabaya: Satrio Agung.
- Semedhi, B. (2011). *Sinematografi-videografi: Suatu pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Spencer, D.A. (1973). *The focal dictionary of photographic technologies*. Michigan: Prentice-Hall.
- Stasik, S. (2021). What is a content creator?. Diakses dari <https://www.stateofdigitalpublishing.com/content-strategy/what-is-a-content-creator/>.
- Wibawa, S. (2020). *Fotografi dan videografi* (pp. 6-9). Surabaya: Book of Digital Literacy Series.
- Wibawa, S. (2020). *Fotografi dan videografi*. Surabaya: Book of Digital Literacy Series.