

Implementasi Teknik Kreatif Editing Dalam Pembuatan Video Promosi Wayang Sukuraga

Tiara Zahsy Salsabilla¹, Burhanuddin²

Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

E-mail: zraa_tiara@apps.ipb.ac.id¹, burhan@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 14 Mei 2025

Revised: 10 Juli 2025

Accepted: 31 Juli 2025

Keywords:

Wayang Sukuraga, Promotional Video, Creative Editing Techniques, Cultural Preservation

Abstract: Wayang Sukuraga is a traditional performing art from Sukabumi, West Java, that conveys strong moral and educational values. However, this art form remains relatively unknown, especially among younger generations. This final project aims to introduce and promote Wayang Sukuraga through digital media in the form of an engaging and communicative promotional video. The method used is Research and Development (R&D) with a 4D model approach (Define, Design, Develop, Disseminate). The main focus lies in the post-production stage, specifically the video editing process, which integrates creative techniques such as visual narrative arrangement, speed adjustment, color grading, audio processing, and scene transitions. This project was carried out in collaboration with the Department of Communication and Informatics (Diskominfo) of Sukabumi City and resulted in a 4-minute promotional video published through the partner's official social media channels. The final result shows that the application of creative editing techniques effectively enhances the visual appeal and communicates the cultural message to the public. This project serves as part of a contextual cultural preservation strategy that adapts to the dynamics of digital technology.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang kaya akan keberagaman budaya. Setiap wilayah memiliki seni tradisional yang tidak hanya menjadi ciri khas lokal, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai luhur yang tumbuh dalam masyarakatnya. Salah satu seni pertunjukan yang unik dan penuh makna adalah Wayang Sukuraga, kesenian tradisional khas Sukabumi, Jawa Barat. Diciptakan oleh Efendi pada tahun 1997, pertunjukan ini memadukan unsur seni rupa, teater, musik, dan sastra dalam satu sajian yang bersifat edukatif dan reflektif. Berbeda dari wayang konvensional yang mengangkat cerita Ramayana atau Mahabharata, Wayang Sukuraga menghadirkan tokoh-tokoh yang mewakili anggota tubuh manusia seperti mata, tangan, dan hati. Setiap tokoh melambangkan pesan moral dan mengajak penonton untuk melakukan refleksi diri.

Melalui simbolisasi tersebut, penonton diajak menyadari pentingnya keseimbangan antara aspek fisik dan spiritual dalam kehidupan sehari-hari. Sayangnya, tidak semua orang pernah menyaksikan pertunjukan wayang, dan minat masyarakat terhadap kesenian ini pun kian menurun.

Meskipun sarat akan nilai edukatif dan budaya, keberadaan Wayang Sukuraga masih belum dikenal secara luas, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu faktor utama penyebabnya adalah minimnya promosi melalui media digital—media yang kini menjadi kanal utama dalam penyebaran informasi. Menurut (Suryana 2020) kurangnya eksposur di ruang digital membatasi jangkauan audiens kesenian ini. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi promosi yang lebih efektif serta mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Dalam hal ini, media audiovisual menjadi pilihan yang strategis untuk memperkenalkan Wayang Sukuraga secara lebih menarik dan menjangkau khalayak yang lebih luas.

Penggunaan video promosi dengan pendekatan visual yang komunikatif memungkinkan pesan disampaikan secara lebih emosional dan estetis. Komunikasi visual memiliki peran penting dalam membentuk persepsi audiens sekaligus meningkatkan daya tarik sebuah produk budaya. Elemen visual seperti warna, simbol, gerakan, dan suara turut menciptakan kesan yang kuat dan mendalam. Dalam proses produksi video, tahapan editing menjadi sangat penting karena menentukan bagaimana narasi disusun dan pesan dikemas.

Menurut (Iswara, 2018) Teori Produksi Media membagi proses produksi menjadi tiga tahap utama yakni pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Masing-masing tahap memiliki kontribusi strategis terhadap struktur naratif dan kualitas penyampaian pesan. Dalam proyek ini, fokus utama diarahkan pada tahap pascaproduksi, terutama proses editing video, yang berperan dalam menyusun ulang narasi, memperkuat visual dan audio, serta menciptakan kesinambungan cerita dengan pendekatan yang kreatif. Editing tidak hanya sebatas mengatur potongan gambar, tetapi juga menciptakan makna, ritme, serta emosi yang terbangun secara visual.

Proyek akhir ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menjelaskan bagaimana teknik-teknik kreatif editing dapat diterapkan secara optimal dalam pembuatan video promosi Wayang Sukuraga. Pendekatan teknis dan estetis yang diterapkan diharapkan mampu meningkatkan daya tarik budaya lokal serta menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform digital. Proyek ini menjadi bagian dari ikhtiar pelestarian budaya daerah dengan pendekatan yang kontekstual dan selaras dengan perkembangan zaman.

METODE

Lokasi pembuatan video promosi proyek akhir ini di Kampung Wayang Sukuraga yang berlokasi di Jl. Sukakarya, Sukakarya, Kec. Warudoyong, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43135. Kegiatan Proyek Akhir ini dilaksanakan dalam kurun waktu lima bulan yang dimulai pada Februari sampai Mei 2024.

Metode

Pembuatan video promosi Wayang Sukuraga menerapkan metode pengembangan berbasis *Research and Development* (R&D) dengan pendekatan model 4D, yang terdiri dari empat tahapan utama: *define*, *design*, *develop*, dan *disseminate*. Model ini memberikan kerangka kerja

yang sistematis dan menyeluruh, sehingga setiap tahapan produksi video dapat berjalan secara terstruktur dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Salsabila et al., 2023) model 4D telah banyak digunakan dalam pengembangan media pembelajaran, termasuk dalam pembuatan video pembelajaran interaktif.

Fokus utama dalam proses pascaproduksi terletak pada tahap *develop*, di mana pelaksanaan produksi hingga penyuntingan video dilakukan berdasarkan rancangan konseptual yang telah disusun sebelumnya. Tahap ini mencakup proses editing yang meliputi pemotongan video, penerapan efek visual, penyesuaian warna (*color grading*), pengolahan audio, serta penyempurnaan elemen visual dan naratif. Editing berfungsi untuk memperkuat alur cerita serta nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan, sehingga pesan dapat tersampaikan secara optimal dan estetis. Menurut (Johan et al., 2023) proses editing yang baik akan sangat menentukan kualitas akhir dari produk promosi berbasis video

Tahap pascaproduksi juga mencakup evaluasi awal terhadap hasil video yang telah diedit. Evaluasi ini dilakukan bersama pihak mitra, seperti Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi, untuk memastikan kelayakan konten sebelum didistribusikan ke publik. Kegiatan ini menjadi langkah penting dalam menjamin bahwa output video promosi dapat diterima secara luas oleh masyarakat dan tetap mempertahankan akurasi nilai budaya yang diangkat.

Prosedur Kerja

Prosedur kerja dalam tahapan produksi pembuatan media audio visual terbagi menjadi tiga tahap, yakni tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Prosedur kerja yang akan dilaksanakan oleh tim dalam pelaksanaan kegiatan, meliputi:

a. Riset

Tahap awal dimulai dengan riset untuk memahami latar belakang Wayang Sukuraga, nilai budaya yang terkandung, serta potensi pesan yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat. Riset ini dilakukan melalui studi pustaka, observasi, serta wawancara dengan narasumber yang difasilitasi oleh Diskominfo Kota Sukabumi sebagai mitra dalam proyek ini.

b. Penentuan Ide dan Konsep

Berdasarkan hasil riset, tim menyusun ide dan konsep video yang menarik dan edukatif, dengan pendekatan yang dapat menjangkau masyarakat luas khususnya warga Kota Sukabumi. Konsep ini dirancang untuk mendukung misi Diskominfo dalam menyebarkan informasi publik berbasis kearifan lokal.

c. Diskusi dengan tim

Gagasan yang telah dirumuskan kemudian didiskusikan bersama tim produksi dan perwakilan dari Diskominfo untuk menyelaraskan tujuan, menentukan pendekatan visual, serta membagi peran dan tanggung jawab masing-masing anggota tim secara jelas.

d. Pembuatan Storyboard, naskah dan treatment script

Setelah ide disetujui, tim mulai menyusun storyboard, naskah, dan treatment script sebagai panduan visual dan naratif. Dokumen ini menggambarkan alur cerita dan elemen visual yang mencerminkan keunikan Wayang Sukuraga sekaligus mendukung strategi komunikasi Diskominfo.

e. Persetujuan naskah oleh mitra

Naskah dan storyboard yang telah dibuat diserahkan kepada pihak Diskominfo Kota Sukabumi untuk mendapatkan persetujuan resmi, guna memastikan kesesuaian konten dengan kebijakan informasi publik dan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat.

f. Produksi video

Proses produksi dilakukan sesuai dengan panduan naskah dan storyboard yang telah disetujui, meliputi pengambilan gambar, rekaman narasi, dan dokumentasi pertunjukan Wayang Sukuraga. Diskominfo turut mendukung kelancaran produksi, termasuk fasilitasi lokasi dan akses narasumber.

g. Pengecekan gambar

Setelah proses pengambilan gambar, dilakukan pengecekan kualitas footage untuk memastikan hasilnya sesuai standar teknis dan naratif. Koreksi dilakukan bila terdapat kekurangan atau ketidaksesuaian sebelum masuk ke tahap selanjutnya.

h. Proses editing video

Tahapan editing dilakukan secara menyeluruh dengan memanfaatkan software profesional. Proses ini mencakup pemotongan adegan, pengaturan transisi, penambahan musik latar, penyusunan narasi, dan color grading agar tampilan video menjadi lebih menarik, informatif, dan layak tayang di platform resmi mitra.

i. Publikasi hasil video

Tahap akhir adalah publikasi video melalui media sosial dan kanal digital milik Diskominfo Kota Sukabumi. Video ini dipublikasikan agar penyebaran informasi terkait Wayang Sukuraga lebih luas, terutama kepada masyarakat Kota Sukabumi, sebagai bentuk pelestarian budaya sekaligus edukasi publik.

Output Proyek

Output dari hasil proyek akhir ini adalah sebuah video promosi yang diunggah pada media social Instagram berisikan video iklan dengan konsep video naratif dengan alur cerita yang menggambarkan kisah wayang sukuraga. Video ini berdurasi 4 menit dalam bentuk video landscape dengan format MP4, bertujuan untuk menjadi video promosi yang akan dipublikasikan melalui media social Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi (Diskominfo)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Video Editor Dalam Pembuatan Video Promosi Wayang Sukuraga

Peran editor dalam video promosi Wayang Sukuraga sangat penting dalam membangun narasi visual yang menyampaikan nilai-nilai budaya secara komunikatif dan estetis. Editor bertugas lebih dari sekadar menyusun potongan gambar; mereka merancang alur cerita, menyelaraskan audio, serta menambahkan unsur visual agar video lebih menarik dan mudah dipahami oleh penonton. Menurut (Rahman, 2021) editor berperan dalam menyaring materi, menyusun narasi, serta mengolah suara guna menghasilkan konten yang informatif dan memikat.

Kemampuan editor dalam memadukan simbol, warna, gerak, dan musik memiliki pengaruh besar terhadap daya tarik visual video. Penggunaan elemen visual yang tepat mampu meningkatkan citra dan kesadaran publik terhadap produk budaya. Musik juga memperkuat nuansa emosional yang disampaikan, sehingga editor dituntut memiliki sensitivitas artistik agar keseluruhan elemen saling mendukung dalam menyampaikan pesan Wayang Sukuraga.

Penguasaan editor terhadap karakteristik media sosial turut menentukan seberapa luas video dapat menjangkau audiens, khususnya generasi muda. Menurut (Puisetya, 2021) penyesuaian format video terhadap berbagai platform digital menjadi aspek penting dalam distribusi konten.

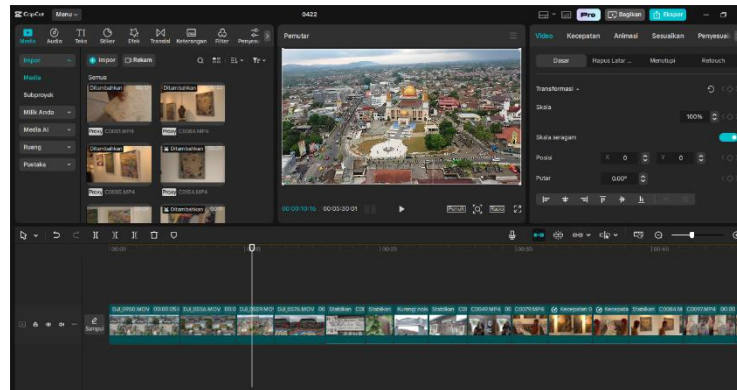
Editor tidak hanya berperan sebagai penyunting teknis, melainkan sebagai pencipta strategi visual yang menjembatani nilai tradisional dengan kebutuhan komunikasi masa kini.

Penerapan Teknik Kreatif Editing dalam Pembuatan Video Promosi Wayang Sukuraga

Teori Produksi Media menjelaskan bahwa proses pascaproduksi, khususnya editing, berperan penting dalam menyusun narasi visual yang komunikatif dan menarik. Pada konteks pembuatan video promosi ini, teknik-teknik kreatif editing diterapkan secara aplikatif untuk mendukung promosi budaya lokal, khususnya Wayang Sukuraga. Berikut penerapan teknik-teknik kreatif editing dalam pembuatan video promosi wayang sukuraga, yakni:

- a. Penyusunan narasi visual (*cut to cut* dan *trimming*)

Pada tahap awal editing, dilakukan seleksi dan pemotongan *footage* (*trimming*) untuk menyusun cerita secara runtut. Teknik *cut to cut* digunakan untuk menjaga ritme visual agar dinamis dan tidak membosankan. Pemilihan shot didasarkan pada alur cerita tokoh-tokoh dalam Wayang Sukuraga.



Gambar 1. Penyusunan *footage*

- b. *Speed Adjustment*

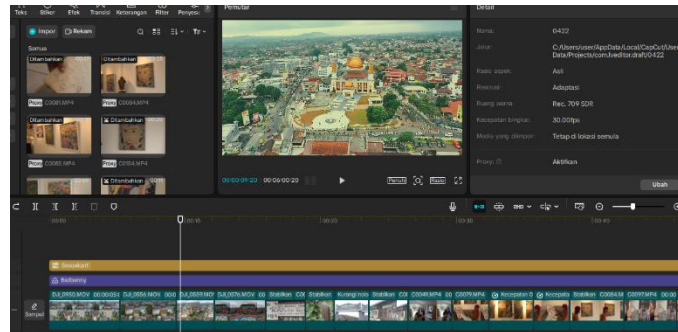
Beberapa bagian video disesuaikan kecepatannya untuk menciptakan efek dramatis. Misalnya, gerakan tangan atau kepala tokoh wayang diperlihatkan dalam *slow motion* untuk memperkuat ekspresi visual dan menarik perhatian penonton terhadap detail gerak.



Gambar 2. Penyesuaian kecepatan *footage*

c. *Color Corection dan Grading*

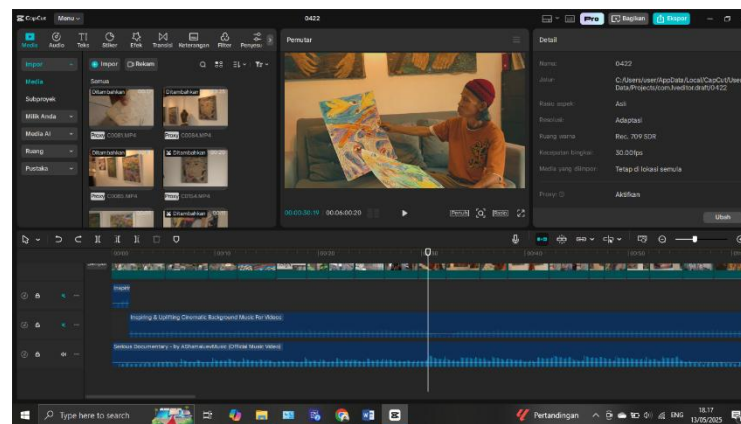
Warna video disesuaikan agar selaras dengan nuansa budaya lokal, yaitu menggunakan tone hangat seperti oranye dan coklat. Teknik ini meningkatkan nilai estetis dan mempertegas suasana sakral atau tradisional yang diinginkan.



Gambar 3. Penambahan dan penyesuaian *Color Grading*

d. *Pengolahan Audio dan Background*

Musik latar berupa instrumen tradisional Sunda (seperti gamelan atau suling) digunakan untuk memperkuat identitas budaya. Efek suara tambahan (*ambient sound*) ditambahkan untuk menciptakan suasana yang mendukung visual, serta menyelaraskan emosi dalam video.



Gambar 4. Penambahan music latar (*Background*)

e. Transisi antar Adegan

Transisi seperti *fade in*, *fade out*, dan *cross dissolve* digunakan untuk menghubungkan antar segmen, agar perpindahan tidak terasa tiba-tiba. Teknik ini juga membantu memberi jeda narasi dan memperkuat kesinambungan alur cerita.



Gambar 5. Penambahan transisi *fade in* untuk masuk pada scene dua

KESIMPULAN

Penerapan teknik kreatif editing dalam proyek pembuatan video promosi Wayang Sukuraga terbukti efektif dalam menyampaikan pesan budaya secara visual dan komunikatif. Dengan mengadopsi model pengembangan 4D, proyek ini mampu merancang proses produksi video secara sistematis mulai dari tahap perencanaan hingga distribusi. Tahapan pascaproduksi, khususnya proses editing, menjadi aspek kunci dalam membentuk narasi visual, mengolah estetika, serta menciptakan kesinambungan cerita.

Teknik seperti cut to cut, trimming, speed adjustment, color grading, pengolahan audio, dan penggunaan transisi adegan berhasil meningkatkan kualitas dan daya tarik video. Hasil akhirnya berupa video naratif berdurasi 4 menit yang dipublikasikan melalui media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi, memperlihatkan bahwa media digital dapat menjadi sarana efektif dalam pelestarian budaya lokal. Dengan demikian, proyek ini tidak hanya berkontribusi pada promosi kesenian Wayang Sukuraga, tetapi juga pada pengembangan strategi komunikasi visual berbasis budaya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis ucapkan terimakasih juga mengapresiasi yang sebesar-besarnya kepada pihak Wayang Sukuraga serta Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi atas kerja samanya yang luar biasa. Dukungan, waktu, dan kontribusi yang telah diberikan, khususnya dalam proses penyusunan naskah video promosi, sangat berarti dalam menyukkseskan pelaksanaan proyek ini.

DAFTAR REFERENSI

- Cuhandi, S., Sabarudin, A. P., & Saputra, E. A. (2025). Pengaruh desain komunikasi visual dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran produk di era digital. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(2), 197–209. <https://doi.org/10.52005/humanus.2.2.197>
- Faerrosa, L., Qatrunnada, Q., & Pratama, A. A. (2023). Pembuatan video promosi untuk peningkatan brand image dan brand awareness desa wisata hijau Bilebante. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.52005/adma.v5i2.1049>

- Iswara, I. M. (2018). Manajemen produksi film pendek Keling: Dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Jurnal Audiens*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.52005/audiens.1.1.36>
- Johan, J. R., Iriani, T., & Maulana, A. (2023). Penerapan Model Four-D dalam Pengembangan Media Video Keterampilan Mengajar Kelompok Kecil dan Perorangan. *Jurnal Pendidikan West Science*, 1(06), 372–378. <https://doi.org/10.58812/jpdws.v1i6.455wnj.westsciences.com+1wnj.westsciences.com+1>
- Puisetya, K. (2021). Peran video editor dalam produksi video campaign Women on A Mission di Creative Nest Indonesia. *Laporan Magang, Universitas Multimedia Nusantara*. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/16923/>
- Salsabila, A. H., Iriani, T., & Handoyo, S. S. (2023). Penerapan Model 4D Dalam Pengembangan Video Pembelajaran Pada Keterampilan Mengelola Kelas. *Jurnal Pendidikan West Science*, 1(08), 495–505. <https://doi.org/10.58812/jpdws.v1i08.553>
- Suryana, D. (2020). Nilai filosofis dalam pertunjukan Wayang Sukuraga. *Prosiding Seminar Budaya Nusantara*, 2(1), 76–83. <https://doi.org/10.52005/seminarbuda.2.1.2105>