

J-DEPACE, Volume 6, Nomor 1, Juni 2023, Hal 1-8

Tersedia online di :<http://jurnal.lpmiunvic.ac.id/index.php/jpkm>

PRODUKSI 140 VIDEO MUSIK ROHANI DAN ANIMASI KATOLIK UNTUK ANAK-ANAK ASMAT, PAPUA

Kevin Sanly Putera

Universitas Multimedia Nusantara

kevin.putera@umn.ac.id

ABSTRAK

Animasi berupa gerak dan lagu menjadi kekhasan dalam pengajaran untuk usia anak, tidak terkecuali dalam pengajaran iman Katolik. Selain menjadi sarana pembelajaran yang efektif, gerak dan lagu juga termasuk metode pewartaan iman klasik yang konsisten digunakan dalam Gereja Katolik. Sebagai lembaga keagamaan, Keuskupan Agats-Asmat menyadari kebutuhan pengadaan video gerak dan lagu Katolik baik bagi para pengajar ataupun anak-anak sehingga pengajaran animasi tidak terbatas ruang dan waktu. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memfasilitasi produksi video musik rohani dan animasi Katolik untuk anak-anak Asmat, Papua. Bekerja sama dengan Keuskupan Agats-Asmat, rangkaian aktivitas ini berlangsung di penjuru Kabupaten Asmat selama hampir setahun dan menghasilkan 140 video. Video-video ini lantas disebarluaskan baik secara luar jaringan ataupun dalam jaringan untuk menjadi sarana pengajaran iman baru bagi anak-anak Katolik di Kabupaten Asmat, sambil memperkenalkan latar budaya Asmat kepada audiens internet. Apresiasi dibuktikan dari jumlah view di kanal Youtube tempat video tersebut diunggah hingga 375% dan masih dipakai secara berkelanjutan di seluruh kelompok SEKAMI Keuskupan Agats-Asmat.

Kata kunci: audio visual, video musik, produksi konten, Katolik, SEKAMI, Asmat, Papua

ABSTRACT

Animations in the form of movement and music have become a distinctive feature in teaching children, including in teaching Catholic faith. Besides being an effective means of learning, movement and music are also classic methods of proclaiming faith that have consistently been used in the Catholic Church. As a religious institution, the Agats-Asmat Diocese is aware of the need for Catholic animated videos for both educators and children, so that animated teaching is not limited by space and time. This dedication to the community aims to facilitate the production of Catholic spiritual music videos and animations for children in Asmat, Papua. Working in collaboration with the Agats-Asmat Diocese, this series of activities took place throughout Asmat Regency for almost a year and resulted in 140 videos. These videos were then disseminated both online and offline to become a new means of teaching faith for Catholic children in Asmat Regency, while also introducing Asmat cultural backgrounds to online audiences. Appreciation was shown through the number of views on the Youtube channel where the videos were uploaded, reaching up to 375%, and they are still being used continuously in all SEKAMI groups in the Agats-Asmat Diocese.

Keywords: audio visual, music video, content production, Catholic, SEKAMI, Asmat, Papua

1. PENDAHULUAN

Gereja Katolik ditantang untuk mampu mengikuti perkembangan zaman supaya pengajaran iman tetap memenuhi kebutuhan umat lintas zaman (Appah & George, 2017). Secara konsisten, pemimpin tertinggi Gereja Katolik, Paus Fransiskus menegaskan bahwa Gereja tidak menganggap media baru sebagai musuh, malah kendaraan untuk pewartaan iman zaman terkini (Vrabec & Graca, 2017). Model ceramah yang dulunya menjadi andalan Gereja Katolik untuk pengajaran iman, kini diperkaya dengan sarana dan saluran modern baik untuk pelaksanaan ibadah wajib ataupun tematis.

Sejalan dengan Dekrit Inter Mirifica, tanggung jawab untuk menggunakan media baru demi kebaikan dunia dan pendidikan iman Katolik tidak terbatas pada pemuka agama, tapi juga sesama umat, terutama mereka yang memiliki kompetensi dan pengalaman di sana. Di luar ajaran Gereja, situasi ini dikonfirmasi pula dari perspektif pedagogi, yang mana tenaga pendidik dituntut untuk menjadi kreatif dan fleksibel dalam menyesuaikan metode dan sarana pengajaran sesuai peserta didiknya (Smith, 2021). Dilihat dari sisi teknologi, media baru memungkinkan aksesibilitas yang lebih mudah dan efisien (Quesenberry, 2019). Sarana baru seperti video menjadi perangkat komunikasi efektif karena elemen audio visual yang dinamis (Putranto & Susilo, 2021).

Berangkat dari pandangan Gereja terhadap media baru dan kelebihan yang ditawarkannya dari disiplin ilmu lain, organisasi Gereja Katolik di Asmat, Keuskupan Agats-Asmat menginisiasi pengajaran lagu rohani untuk anak-anak melalui video. Dekrit Gravissimum Educationis menegaskan tanggung jawab kolektif Gereja dan orang tua untuk mengusahakan pendidikan iman bagi anak-anak. Pengajaran iman terhadap usia muda senantiasa krusial dalam Gereja mengingat dampak panjang pada pertumbuhkembangan anak dan remaja (Leuwol, 2018). Jenis konten audio visual terutama diminati oleh anak-anak dan remaja, sesuai karakteristik generasi alfa yang lahir dalam era teknologi informasi digital (Umar & Kawulur, 2022; Ziatdinov & Cilliers, 2021). Meski sudah dilakukan oleh Keuskupan atau denominasi Protestan lain, Keuskupan Agats-Asmat mengaku kesulitan untuk melakukannya karena minimnya sumber daya dan keterampilan produksi (M. Stanisla, komunikasi pribadi, April 3, 2021). Alternatif ini juga dipersulit dengan sulitnya akses transportasi di Kabupaten Asmat yang masih bergantung pada moda air (Putera et al., 2020). Akses transportasi masih menjadi salah satu hambatan besar pada banyak aspek pengembangan infrastruktur dan sumber daya di Papua (Lumenta & Veronika, 2022).

Pengabdian kepada Masyarakat ini berusaha untuk memfasilitasi kebutuhan tersebut. Dari pertengahan 2021 hingga pertengahan 2022, penulis melakukan produksi 140 video musik rohani Katolik di Asmat, Papua bersama KKI Agats-Asmat, komisi di bawah Keuskupan Agats-Asmat yang menangani

pengajaran dan pewartaan iman Katolik untuk anak-anak dan remaja (Mereka disebut dengan istilah SEKAMI, Serikat Kepausan Anak Misioner).

2. MASALAH

Kolaborasi penulis dan KKI Agats-Asmat dilatarbelakangi kebutuhan sarana pembelajaran musik rohani untuk anak-anak Katolik di Keuskupan Agats-Asmat. Tim pengajar di kampung-kampung Asmat mengaku kesulitan untuk menguasai lagu-lagu rohani karena minimnya akses internet dan panduan terintegrasi dari pihak Keuskupan (M. Stanisla, komunikasi pribadi, April 3, 2021). Dampaknya, aktivitas anak-anak SEKAMI tidak bisa diwarnai dengan gerak dan lagu. Pasalnya, pembelajaran yang melibatkan unsur kinestetik (gerak tubuh) berdampak positif bagi usia anak (Ziatdinov & Cilliers, 2021). Terbatasnya anggota, waktu, dan sumber daya KKI Agats-Asmat juga membuat model pengajaran tatap muka sinkron lewat kunjungan ke kampung-kampung menjadi sulit.

3. METODE

Proyek kerjasama ini terbagi dalam tiga tahap besar: persiapan, produksi, dan distribusi. Pada tahap persiapan, penulis bersama KKI Agats-Asmat memilih lagu-lagu yang akan diproduksi. Penulis memproduksi musik secara mandiri di kantor Radio FU FM 99,2 MHz, radio komunitas milik Keuskupan Agats-Asmat. Ada pula sejumlah lagu yang ditulis oleh tim KKI Agats-Asmat, pastor, dan awam sebagai wujud kreativitas lokal. Lagu-lagu tersebut memasukkan kata-kata khas Asmat yang merepresentasikan kelokalan seperti “Asmat”, “Agats”, “Dormom”. KKI Agats-Asmat memilih kelompok anak-anak yang menyanggupi tawaran menjadi animator video, sambil memberi panduan awal lirik dan gaya setiap lagu. KKI Agats-Asmat juga berkoordinasi dengan pastor/frater dan tim pengajar di setiap kampung mitra untuk jadwal dan lokasi pengambilan video. Masih dalam tahap persiapan, tim relawan KKI Agats-Asmat mengambil jadwal untuk merekam vokal untuk instrumen yang sudah diproduksi. Lagu dengan vokal inilah yang kemudian didistribusikan kepada para pengajar SEKAMI di kampung-kampung untuk berlatih sebelum produksi.

Pada tahap produksi, penulis dan KKI Agats-Asmat mengunjungi kampung-kampung yang sudah siap menurut jadwal selama hampir satu tahun dari 2021 hingga 2022. Dalam sehari, kami memproduksi tiga sampai enam video tergantung cuaca dan tingkat kesulitan lagu. Setiap lagu dianimasikan oleh empat sampai delapan anak. Tim produksi menggunakan dua kamera mirrorless, tripod, dan speaker untuk memutar lagu selama perekaman.



Gambar 1. Suasana produksi video lagu tim KKI Agats-Asmat di Stasi Syuru

Pada tahap distribusi, tim produksi memuat seluruh video lagu dan animasi tersebut ke *flashdisk* dan dikirimkan ke para pembina di kampung-kampung. Selain itu, seluruh video juga diunggah ke kanal Youtube @omk_indonesia, akun katekese (pengajaran iman Kristen) digital kolaborator Keuskupan Agats-Asmat. Bukan hanya mendapat eksposur dari pengguna internet umum, tujuan diunggahnya video ini untuk memperkenalkan Keuskupan Agats-Asmat yang sebelum 2021 hanya memiliki rekam jejak berupa situs dan Youtube.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

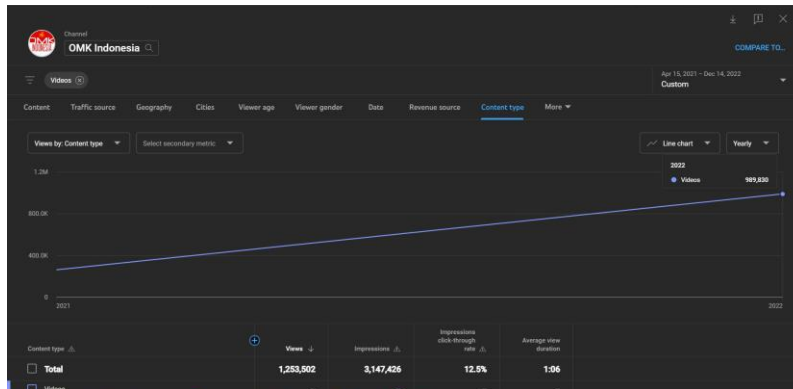
Penulis berperan sebagai produser utama yang tugasnya meliputi sutradara, kamera, penyunting video, dan produser musik. Bekerja sama dengan Keuskupan Agats-Asmat, penulis berkoordinasi dengan Komisi Karya Kepausan Indonesia (KKI) Agats-Asmat pada 2021 hingga 2022 untuk memproduksi 140 video musik rohani dan animasi Katolik anak-anak. Secara keseluruhan, PkM ini melibatkan anak-anak dan remaja Katolik dari delapan kelompok di Keuskupan Agats-Asmat: Stasi Pos, SEKAMI St. Antonius de Porres Agats, Stasi Syuru, Paroki Ayam, SEKAMI Uwus-Bou, SEKAMI Katedral Salib Suci Agats, SEKAMI Yepem, dan tim relawan KKI Agats-Asmat. Lokasi produksi juga tersebar di kota Agats dan sejumlah kampung di Kabupaten Asmat seperti Ayam, Yepem, dan Atsj. KKI Agats-Asmat sengaja memilih beberapa lokasi yang menampilkan nuansa khas Asmat untuk mempertunjukkan latar lokal kepada audiens. Aktivitas dan gagasan ini didukung positif oleh masyarakat lokal sehingga produksi mendapat izin untuk dilaksanakan di sejumlah sekolah, pelabuhan, dinas pemerintahan, museum, gereja, dan jew (rumah adat Asmat).



Gambar 2. Cuplikan video lagu rohani SEKAMI Keuskupan Agats-Asmat dengan latar belakang bernuansa Asmat. (Arsip Pribadi)

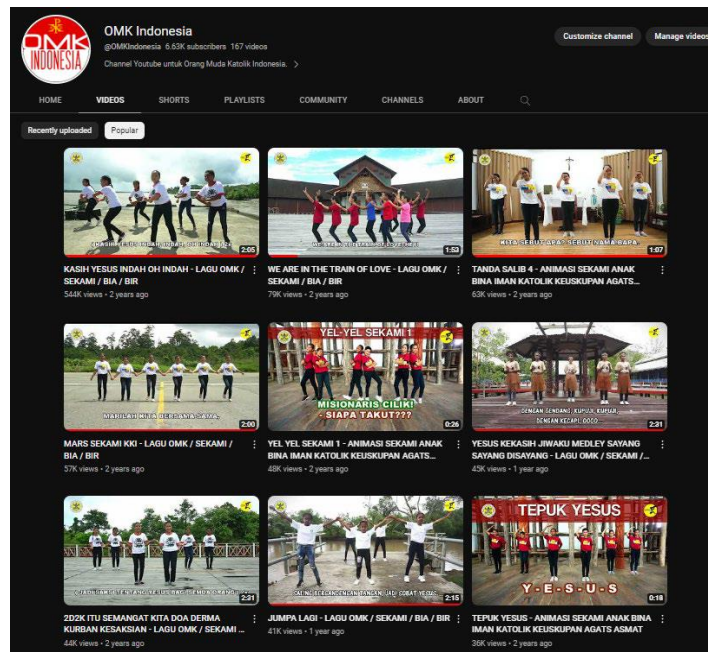
Kompilasi 140 video ini disebarluaskan ke seluruh pengajar anak-anak Katolik di Keuskupan Agats-Asmat melalui flashdisk dan unggahan online di Youtube. Media pertama dipilih atas pertimbangan tidak semua kampung di Kabupaten Asmat terhubung dengan jaringan internet. Media kedua dipilih sebagai bentuk pertanggungjawaban dan partisipasi Keuskupan Agats-Asmat dalam pengajaran iman anak melalui media digital yang bisa diakses semua umat Katolik Indonesia. Selain itu, Youtube terbukti sebagai kanal andalan untuk sumber video pembelajaran (Fyfield et al., 2021).

Video-video ini mendapat apresiasi positif dari pengguna internet. Berdasarkan statistik Youtube @omk_indonesia, kanal tempat 140 video ini diunggah, terjadi peningkatan jumlah lihat (view) sekitar 375% dari April 2021 hingga Desember 2022.



Gambar 3. Statistik Youtube tentang jumlah view 140 video musik rohani

Pada Maret 2023, sembilan video dengan jumlah view terbanyak di saluran @omk_indonesia adalah video musik rohani PkM ini. Video paling atas berjudul “Kasih Yesus Indah Oh Indah” mencapai 544.000 view.



Gambar 4. Sembilan video musik rohani PkM yang mendapat view terbanyak.

Tim produksi melakukan evaluasi singkat tentang musik video yang mendapat view terbanyak dengan Rekomendasi sebagai berikut: (1) Lagu rohani yang dipilih merupakan lagu yang mudah dinyanyikan dan diperagakan anak-anak. (2) Video disunting to-the-point tanpa pembuka dan penutup yang mengganggu substansi lagu itu sendiri. (3) Jenis musik yang sesuai suasana lagu. Dua emosi umum

pada 140 video musik kami adalah ceria dan tenang. Tempo dan gaya permainan musik pun disesuaikan untuk mendukung emosi tersebut.

Adapun kesulitan yang sempat dihadapi adalah memastikan produksi berlangsung efektif tanpa gangguan cuaca (mendung, hujan) dan latar belakang (ada orang yang lewat di belakang ketika proses produksi tanpa disengaja). Tidak jarang satu produksi diulang beberapa kali karena gaya animator dinilai kurang kompak, terlambat, atau salah.

5. KESIMPULAN

Produksi 140 video musik rohani Katolik untuk anak-anak Asmat, Papua menjadi salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat di selatan Papua untuk pendidikan iman mereka lewat media audio visual. Hasil produksi ini mendapat apresiasi positif baik dari para tim pengajar di kampung-kampung Kabupaten Asmat dan pengguna internet, khususnya di Youtube. Selain anak-anak di Asmat, unggahan di Youtube memungkinkan 140 video ini diakses umat Katolik se-Indonesia sambil memperkenalkan kekayaan dan keindahan latar Kabupaten Asmat yang termuat pada setiap video.

Penulis mengajukan dua usul untuk pengabdian kepada masyarakat serupa di masa mendatang: (1) Melibatkan sumber daya manusia lokal sambil memerhatikan kaderisasi sehingga produksi dapat dilakukan mandiri tanpa bantuan dari pihak luar. (2) Melibatkan relawan yang menguasai dan mempelajari keterampilan produksi musik agar lagu yang diproduksi dapat menampilkan kekhasan lokal lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Appah, G. O., & George, B. P. (2017). *Understanding Church Growth through Church Marketing: An Analysis on the Roman Catholic Church's Marketing Efforts in Ghana*. *Journal of Economics and Business Research*, 23(1), 103–122.
- Fyfield, M., Henderson, M., & Phillips, M. (2021). *Navigating four billion videos: teacher search strategies and the YouTube algorithm*. *Learning, Media and Technology*, 46(1), 47–59. <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1781890>

- Leuwol, N. V. (2018). *Pendidikan Katekisasi Kepada Remaja di Jemaat GKI Kasih Perumnas Sorong*. J-DEPACE (Journal of Dedication to Papua Community), 1(1), 32–41. <http://jurnal.lpmiunvic.ac.id/index.php/jpkm>
- Lumenta, L. Y. T., & Veronika, V. (2022). *Press Freedom Papua Journalist : an Interpretive Phenomenological Studies*. Jurnal Spektrum Komunikasi, 10(3), 232–248. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i3.249>
- Putera, K. S., Siburian, M. A., Vancasavio, R., & Yackie, Y. (2020). *“The Hygienic and The Dirty” (Health Communication Film About Healthy Lifestyle for Asmat Tribe)*. Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi, 3(1), 40–49. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.77>
- Putranto, T. D., & Susilo, D. (2021). *Message of Nationalism in the Music Video “Wonderland Indonesia.”* Jurnal Komunikatif, 10(2), 185–196. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3520>
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution (2nd ed.)*. Rowman & Littlefield.
- Smith, R. A. (2021). *Pandemic and Post-Pandemic Digital Pedagogy in Hospitality Education for Generations Z, Alpha, and Beyond*. Journal of Hospitality & Tourism Research, 45(5), 915–919. <https://doi.org/10.1177/10963480211000818>
- Umar, I. M., & Kawulur, J. N. B. (2022). *Perancangan Buku Interaktif Digital Edukasi Rambu untuk Anak Usia Dini*. Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual, 15(1), 90–106. <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/FSD/article/view/2343/1247>
- Vrabec, N., & Graca, M. (2017). *Mobile Applications in the Context of the New Evangelization*. European Journal of Science and Theology, 13(4), 123–125. http://ejst.tuiasi.ro/Files/65/11_Vrabec_&Graca.pdf
- Ziatdinov, R., & Cilliers, J. (2021). *Generation Alpha: Understanding the Next Cohort of University Students*. European Journal of Contemporary Education, 10(3). <https://doi.org/10.13187/ejced.2021.3.783>