

EDUKASI KREATIF TENTANG STUNTING MELALUI VIDEOGRAFI YANG MENARIK DAN INFORMATIF DI SMP NEGERI 4 BOYOLALI

Arif Surya Kusuma

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan
Informatika
Universitas Muhammadiyah
Surakarta
ask252@ums.ac.id

Roni Ari Fauzi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan
Informatika
Universitas Muhammadiyah
Surakarta
I100220010@student.ums.ac.id

Naufal Raga Brillian

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan
Informatika
Universitas Muhammadiyah
Surakarta
I100230186@student.ums.ac.id

ABSTRAK

Edukasi Kesehatan menjadi salah satu topik dalam *sustainable development goals* (SDGs) atau tujuan pembangunan berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan itu, diperlukan bentuk-bentuk komunikasi yang efektif dalam proses edukasinya. Strategi yang efektif ini memiliki fungsi penting untuk membuat pesan yang menarik dan mudah dipahami, terutama generasi muda. Generasi muda saat ini didominasi oleh gen z dan alpha yang notabene sebagai *digital native*. Dengan kata lain, mereka mampu beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan media baru dengan cepat. Mitra dari pengabdian ini adalah SMP N 4 Boyolali yang diikuti oleh 34 siswa. Tim pengabdian berkolaborasi dengan penyuluhan Keluarga Berencana (KB) kabupaten Boyolali untuk pembekalan dalam materi stunting. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberdayakan generasi muda untuk dapat membuat konten kreatif, khususnya edukasi stunting. Berdasarkan hasil konten yang diproduksi oleh para siswa menunjukkan bahwa baik secara substantif dan teknis mereka berhasil membuat konten dengan gaya yang kreatif dan informatif. Melalui pengabdian ini, diharapkan kedepannya siswa dapat menjadi lebih produktif dalam membuat konten kreatif yang menarik dan informatif dalam mengedukasi masyarakat, terutama dalam isu-isu kesehatan seperti *stunting*.

KATA KUNCI: *stunting, video kreatif, edukasi, produktif*

Riwayat naskah:

Naskah dikirim 25 November 2025
Naskah direvisi 24 Desember 2025
Naskah diterima 24 Desember 2025

PENDAHULUAN

Stunting menjadi salah satu permasalahan kesehatan yang cukup masif terjadi, terutama di negara-negara berkembang. *Stunting* merupakan sebuah kondisi gagal tumbuh yang menimpa pada anak-anak balita (bawah lima tahun) yang disebabkan karena kurangnya asupan gizi kronis serta infeksi berulang. Ciri-ciri dari penderita *stunting* biasanya terlihat dari tinggi badan yang relatif lebih pendek daripada anak seusianya. Indonesia bahkan memberikan pendekatan dan kebijakan khusus dalam menangani kasus *stunting* seperti program makan gratis bergizi.

Permasalahan *stunting* perlu dipahami orang tua sebagai upaya pencegahan. Orang tua perlu memahami bagaimana memenuhi asupan gizi yang baik dan optimal. Pemenuhan kebutuhan konsumsi memiliki tingkatan paling banyak dilakukan oleh orang tua sebagai upaya mencegah *stunting* pada anak [1].

Edukasi *stunting* secara kolektif menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan, sehingga prevalensi *stunting* dapat turun dari waktu ke waktu. Menurut analisis Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2024, terjadi penurunan *stunting* menjadi 19,8% dari prevalensi sebesar 21,5% tahun 2023. Kementerian Kesehatan memberikan saran untuk tetap mempertahankan tren positif ini sebagai bentuk tantangan Indonesia ke depan.

Salah satu upaya edukasi kolektif yang dapat dilakukan adalah melalui publikasi konten media sosial berkaitan tentang *stunting*. Mempertimbangkan penetrasi pengguna *smartphone* yang cukup masif di Indonesia, tentu luapan konten yang positif dapat menjadi pertimbangan sebagai kanal edukasi *stunting*. Tim pengabdian kali ini mencoba untuk melakukan pendekatan berbasis media melalui pelatihan edukasi kreatif dalam bentuk videografi yang menarik dan informatif. Harapannya, melalui konten berbasis

media sosial, informasi terkait edukasi *stunting* dapat tersampaikan kepada masyarakat luas.

SMP Negeri 4 Boyolali menjadi mitra tim pengabdian program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Para siswa menjadi target pelatihan karena selain mereka sebagai penerus generasi di masa depan, siswa SMP yang terdiri dari generasi alpha sebagai *digital native*. Mereka adalah generasi yang lahir dan berkembang di era teknologi yang sudah maju. Walaupun mereka sangat mahir dalam menggunakan media sosial, mereka tetap memerlukan edukasi untuk bijak dalam menggunakan media tersebut. Kajian-kajian terkait *brainrot* menunjukkan alasan yang signifikan bagaimana pengalaman bermedia perlu ditindaklanjuti dengan literasi digital yang cukup.

Siswa SMP atau remaja seringkali menjadi topik riset yang luas. Salah satu fokus riset terkait media dilakukan dalam bentuk kajian efek dari media sosial. Beberapa kajian seperti dampak penggunaan media sosial pada kesehatan mental remaja [2], hubungan antara penggunaan media sosial dengan kesejahteraan remaja [3], hingga hubungan antara penggunaan layar yang berlebihan dengan kesulitan konsentrasi [4]. Media sosial pada umumnya dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan jejaring baru kepada penggunanya. Namun media sosial juga dapat menciptakan jarak antara remaja dan individu di sekitarnya serta masalah kesehatan mental remaja [5]. Hadirnya media sosial tidak hanya memberikan dampak positif bagi remaja, tapi juga dampak negatif yang menyertainya. Terlebih lagi *screentime* yang dilakukan remaja saat ini lebih berorientasi pada kegiatan konsumtif saja.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan tim pengabdian kepada 33 peserta SMP Negeri 4 Boyolali menunjukkan kebiasaan dalam membuat konten tugas sekolah atau media sosial. Data menunjukkan sebesar 33% siswa dengan status jarang membuat konten, 54% siswa dengan status kadang-kadang, dan hanya 12% saja yang sering membuat konten dengan keterangan satu konten tiap pekan. Walaupun begitu, mayoritas peserta (97%) sudah mengerti definisi dari konten kreatif sebagai konten yang dibuat secara unik dan menarik untuk menyampaikan pesan atau informasi. Salah satu hal yang sering dikaitkan dengan kreativitas pada remaja adalah keterbukaan terhadap pengalaman [6]. Melalui perspektif penelitian sebelumnya serta data survei dari responden, tim pengabdian mencoba memberikan pendekatan dan solusi yang sesuai supaya edukasi terkait *stunting* dapat dipahami oleh siswa secara kreatif.

Berdasarkan asesmen awal melalui kuesioner terbuka yang diisi oleh peserta pengabdian terkait pemahaman teknik pengambilan gambar, banyak siswa yang masih belum mengenal dan memahami. Hal tersebut dijelaskan berdasarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Survey Pemahaman Videografi

Kategori	Jumlah	Persentase
Memahami	14	42%
Kurang Memahami	16	48%
Tidak Memahami	3	10%

Data menunjukkan 42% siswa memahami teknik pengambilan gambar dengan indikator menyebutkan istilah-istilah teknis pengambilan gambar. 48% siswa kurang memahami teknik pengambilan gambar dengan indikator mengerti fungsi dari pengambilan gambar, tapi tidak menunjukkan pemahaman terkait pengambilan gambar secara teknis. Serta 10% siswa dengan kategori tidak memahami dengan indikator tidak menyebutkan fungsi maupun teknik dari pengambilan gambar. Berdasarkan persentase pemahaman siswa terkait videografi, maka pelatihan ini fokus pada memberikan materi dasar dan relevan dengan konten media sosial saat ini. Pengukuran tingkat keberhasilan pengabdian ini ditinjau dari hasil video akhir yang diunggah oleh siswa.

Tim pengabdian berkolaborasi dengan Penyuluhan Keluarga Berencana (KB) kabupaten Boyolali, sehingga materi dan pelatihan dapat berjalan dengan optimal. Penyuluhan KB memberikan pengantar terkait *stunting* dan pentingnya edukasi dini, kemudian dilanjutkan dengan sesi utama pelatihan pembuatan konten edukasi kreatif. Melalui cara ini siswa dapat belajar bagaimana membuat konten edukasi yang komprehensif dan kreatif. Sebaliknya, siswa dapat menghindari proses pembuatan konten yang prematur yang hanya mengejar publikasi dan cepat saja. Metode ini juga dapat membiasakan dan mengasah logika siswa supaya tidak terjebak pada konten hoaks dan berpotensi memunculkan *brainrot*. Siswa tidak hanya dibekali edukasi terkait *stunting*, mereka juga akan dibekali dengan literasi dan logika bermedia yang sehat dan positif.

Pelatihan ini terdiri dari dua sesi; Pertama siswa akan dibekali dengan materi terkait videografi yang berupa penjelasan konten kreatif, perbedaan konten yang baik dan buruk, serta teknik pengambilan gambar. Kedua, siswa akan didampingi untuk melakukan praktik pengambilan video dan melakukan *editing* menggunakan *smartphone* masing-masing. Dua sesi ini menjadi bentuk upaya dalam meningkatkan kualitas siswa, sehingga remaja juga

dapat berkontribusi dalam menurunkan prevalensi *stunting* di Indonesia. Oleh sebab itu, tujuan dari pengabdian ini adalah siswa dapat memahami pentingnya edukasi *stunting* sejak dini melalui konten kreatif yang menarik dan informatif.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 28 Juni 2025 bertempat di SMP Negeri 4 Boyolali. Peserta yang berpartisipasi dalam pelatihan ini berjumlah 34 siswa dari kelas 7 hingga kelas 9. Tujuan dari pelatihan ini adalah meningkatkan kreativitas remaja dalam produksi konten terkait *stunting* melalui videografi yang menarik dan informatif. Dalam mencapai tujuan ini maka pelatihan terdiri dari dua sesi yaitu sesi materi dan sesi praktik. Pemberian materi dilaksanakan di aula sekolah kemudian dilanjutkan praktiknya di halaman sekolah. Untuk diagram alur pengabdian masyarakat, bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alur Pengabdian Masyarakat

Sebelum pelatihan dimulai, pihak sekolah mengumpulkan siswa-siswi yang akan berpartisipasi di aula sekolah. Seusai pembukaan dari pihak sekolah beserta sambutan-sambutannya, penyuluhan KB memberikan pengantar materi terkait *stunting* dan pentingnya edukasi *stunting* sejak dini kepada masyarakat. Remaja menjadi target utama dalam edukasi ini, sehingga mereka mampu mengantisipasi dan menyikapi bagaimana untuk terhindar dari ancaman *stunting*. Setelah pengantar dari penyuluhan KB, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan sebagai materi utama dalam pengabdian ini.

Sebagaimana yang dipaparkan sebelumnya, pelatihan ini dilaksanakan dalam dua sesi yang dimulai dari pukul 10.00 WIB hingga 13.00 WIB, sehingga total durasi waktu pelatihan ini adalah 3 jam. Sesi pertama dimulai dengan pemberian materi terkait videografi yang bertujuan membangun kognisi siswa dalam memahami bagaimana sebuah konten video kreatif diproduksi. Pembekalan materi dilaksanakan dalam durasi waktu 1 jam (pukul 10.00-11.00 WIB). Secara detail, sesi pertama terdiri dari proses survei terkait pengalaman videografi siswa dan penyampaian materi terkait videografi.

a. Survei Pengalaman Videografi

Siswa diarahkan untuk mengisi kuesioner yang disediakan oleh tim pengabdian. Kuesioner ini berisi pertanyaan tentang data individu, pengalaman

membuat konten video, perangkat yang digunakan, frekuensi membuat konten di media sosial, pemahaman terkait konten kreatif dan teknik pengambilan gambar, pengalaman *editing* dan aplikasi yang digunakan untuk mengedit. Melalui survei ini diharapkan pengabdian masyarakat ini dapat memenuhi kebutuhan mitra.

b. Pemberian Materi Videografi

Setelah pemberian materi *stunting* oleh penyuluhan KB, tim pengabdian memberikan materi terkait teknik fotografi dan videografi. Dua materi ini saling berhubungan satu sama lain. Fotografi merupakan dasar dalam memahami videografi dalam hal proses pengambilan gambar seperti *shutterspeed*, ISO, dan *aperture*. Ketiga komponen ini sering disebut sebagai *triangle exposure* yang bekerja secara simultan dalam menghasilkan gambar. Setelah pemaparan materi fotografi, tim pengabdian melanjutkan untuk menyampaikan materi videografi. Materi ini berisi tentang bagaimana video berbasis konten kreatif diproduksi dalam format yang kontemporer. Elemen-elemen yang dipertimbangkan dalam materi ini adalah format video vertikal, penggunaan *subtitle*, teknik pengambilan video, dan *shot list* atau daftar shot yang dijadikan pedoman videografi. Pada akhir materi, siswa dibagi dalam 5 kelompok dan diberi lembar *shot list* dan dialognya untuk dijadikan pedoman praktik, sebagaimana bisa dilihat pada Gambar 2.

Nama Shot	Penjelasan	Fungsi Umum	Ilustrasi
Extreme Long Shot (ELS)	Menampilkan lokasi secara keseluruhan, subjek sangat kecil atau tak terlihat	Menunjukkan latar, konteks, skala	
Long Shot (LS)	Menampilkan seluruh tubuh subjek dari kepala hingga kaki	Memperkenalkan karakter dan setting	
Medium Shot (MS)	Menampilkan subjek dari pinggang ke atas	Shot paling umum, digunakan untuk dialog	
Medium Close-Up (MCU)	Dari dada ke atas	Fokus pada ekspresi, tetapi menyisakan konteks	
Close-Up (CU)	Wajah atau objek secara penuh	Menunjukkan emosi atau detail penting	
Extreme Close-Up (ECU)	Fokus sangat dekat, misal hanya mata, tangan, atau benda kecil	Menekankan detail atau dramatisasi	

Gambar 2. Pedoman Pengambilan Video dengan Shot List

Sesi kedua dilaksanakan setelah pemberian materi videografi yang dimulai pada pukul 11.00 hingga pukul 13.00 WIB. Sesi ini dibagi dalam dua proses yaitu proses produksi (pukul 11.00-12.00 WIB) dan proses pasca produksi (pukul 12.00-13.00 WIB). Proses produksi meliputi kegiatan pengambilan video dan proses pasca produksi meliputi kegiatan *editing* dan upload hasil video konten kreatif.

a. Proses Produksi

Sesi kedua diawali dengan proses produksi yang mana memberikan wawasan dan praktik langsung kepada siswa. Tim pengabdian memulai dengan memberikan petunjuk dan cara menggunakan tripod dan lighting

sebagai sarana pencahayaan video, seperti pada Gambar 3. Kemudian setiap kelompok dipersilakan untuk mencari lokasi pengambilan video favorit masing-masing di sekolah. Siswa diberi waktu 1 jam untuk menyelesaikan semua *shot list* yang diberikan sebelumnya. *Shot list* merupakan bagian dari proses pra produksi konten, namun pada pelatihan ini *shot list* dipersiapkan dan disediakan oleh tim pengabdian supaya praktik pembuatan konten kreatif berjalan secara efektif dan efisien, sebagaimana terlihat pada Gambar 4. Setelah semua kelompok menyelesaikan proses shooting video, mereka diinstruksikan untuk kembali ke aula sekolah.



Gambar 3. Proses Persiapan Produksi Konten



Gambar 4. Proses Produksi Konten

b. Proses Pasca Produksi

Kelompok yang sudah menyelesaikan pengambilan video diminta mengoperasikan *smartphone* untuk melakukan proses *editing* video. Aplikasi yang digunakan oleh siswa adalah CapCut versi mobile, sehingga siswa bisa menggunakan *smartphone* mereka masing-masing tanpa harus menggunakan perangkat komputer. Langkah-langkah yang dilakukan siswa dalam proses editing meliputi meng-*install* aplikasi CapCut bagi yang belum memiliki, mengoperasikan CapCut, seleksi *footage* atau rekaman video mentah, menyusun *footage*, menambahkan audio atau musik, dan mengekspornya menjadi satu video. Siswa diberikan waktu kurang lebih satu jam untuk menyelesaikan proses *editing* video.

c. Upload Video

Setelah video selesai diekspor, siswa diminta untuk mengunggah hasil video ke dalam link google drive yang disediakan oleh tim pengabdian. Video yang diunggah kemudian akan menjadi bahan asesmen dan analisis untuk mengukur seberapa jauh keberhasilan dari pelatihan secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pelatihan video konten kreatif akan diukur melalui dua aspek yaitu aspek substantif dan aspek teknis. Aspek substantif akan berfokus pada elemen-elemen isi yang dikemas dalam video. Sedangkan aspek teknis lebih berfokus pada bagaimana video dikemas seperti penggunaan audio dan visualisasi dari *shot list* yang diberikan sebelumnya.

a. Aspek Substantif

Berdasarkan video yang diupload terdapat 5 video edukasi stunting yang dihasilkan oleh kinerja dari 5 kelompok yang telah dibagi sebelumnya. Dalam aspek ini dikarenakan fokus pengabdian adalah melatih siswa untuk bisa membuat video edukatif dan kreatif, maka kriteria penilaian yang dipakai meliputi nilai informasi (*stunting*) [7], audio atau musik latar [8], dan interaktivitas [9]. Setiap kelompok memiliki gaya masing-masing dalam membawakan kontennya seperti menggunakan efek suara yang lucu dan atraktif, gaya yang interaktif, hingga menggunakan *emoticon* yang menambah nuansa generasi muda. Kombinasi dari elemen-elemen tersebut menjadi manifestasi dari kreativitas para siswa. Berikut data dari implementasi aspek substantif dari setiap kelompok dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Ketercapaian Aspek Substantif

Kelompok	Nilai Informasi (<i>stunting</i>)	Musik	Interaktivitas
1	√	√	√
2	√	-	√
3	√	√	√
4	√	-	√
5	√	-	√

Melalui tabel di atas, menjelaskan siswa sudah dapat membuat konten edukasi yang baik dengan kehadiran sosial yang cukup dalam video. Dalam data, masih ada tiga kelompok yang belum memanfaatkan audio tambahan atau musik latar untuk membuat video lebih kreatif dan tidak membosankan. Di sisi lain, berkaitan dengan eksekusi *shotlist* yang diberikan, setiap kelompok memiliki gaya penyampaian yang unik sebagai bentuk kehadiran sosial atau interaktivitas dalam video. Ada yang menggunakan tipe shot list tertentu (tabel 3) pada konsep dialog antar siswa dan ada juga yang memakainya dalam konsep monolog seperti video vlog.



Gambar 5. Edukasi stunting dengan konsep dialog



Gambar 6. Edukasi stunting dengan konsep monolog

Kemasan yang demikian menjadi indikator seberapa tinggi kreativitas siswa ketika memanfaatkan media sosial. Melalui gaya penyampaian yang kontemporer dan interaktif menjadi bukti bagaimana siswa dapat berperan dalam proses edukasi *stunting* yang menarik. Edukasi dengan format yang demikian dapat menjadi budaya yang produktif juga mengingkat tantangan generasi muda saat ini yang sering mendapatkan dampak negatif dari kemajuan teknologi.

Walapun dalam prosesnya siswa masih terlihat belum lancar dalam penyampaian materi edukasi, tapi mengingat waktu persiapan dan produksi yang diberikan hanya dua jam saja, konten yang dihasilkan sudah cukup baik dan memuaskan. Untuk itu, selanjutnya siswa dapat diberikan pelatihan lanjutan untuk dapat sebagai bentuk tindak lanjut dan saran untuk pengabdian selanjutnya. Dengan pendalaman materi dan praktisi yang lebih kontekstual dapat meningkatkan kompetensi dan kemampuan praktik siswa menggunakan media sosial.

b. Aspek Teknis

Aspek teknis yang dinilai berfokus pada bagaimana format video yang diproduksi. Secara garis besar format video yang dipakai sudah sesuai dengan apa yang diinstruksikan sebelum praktik. Berdasarkan format video yang efektif di media sosial. Penilaian akan didasarkan pada kemasan video efektif di media sosial yang meliputi durasi singkat [10], orientasi *mobile* [11], penggunaan *caption* [12], serta teknik *shot* [13]. Sebelum praktik, tim pengabdian sudah memberikan indikator video media sosial yang efektif, sehingga siswa memiliki gambaran bagaimana cara mengeksekusinya. Berdasarkan asesmen, setiap kelompok berhasil mengeksekusi format video dengan baik. Detail dari eksekusi teknis dari tiap kelompok dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Ketercapaian Aspek Teknis

Kelompok	Durasi Singkat (1 menit)	Orientasi Mobile	Caption	Teknik Shot
1	√	√	√	√ (Medium Shot)
2	√	√	√	√ (Medium Close-up)
3	√	√	√	√ (Medium Close-up)
4	√	√	√	√ (Medium Shot)
5	√	√	√	√ (Medium Shot)

Tabel di atas menunjukkan siswa sudah mengerti bagaimana membuat format video media sosial yang efektif secara teknis. Sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang bersama media sosial, format video ini akan menjadi tren atau budaya informasi yang akan banyak dikonsumsi oleh Walaupun semua aspek yang menjadi indikator aspek teknis sudah terpenuhi, masih ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dan dijadikan evaluasi dalam proses produksi dan pasca produksi.

Pada tahap produksi, siswa perlu untuk mempertimbangkan potensi gangguan suara atau *noise* dari luar. Misalnya suara motor yang lewat, suara manusia yang tidak masuk dalam *shotlist*, dan gangguan suara yang lainnya. Materi-materi terkait *noise* dapat menjadi pertimbangan pengabdian selanjutnya. Tapi sebagai bahan evaluasi, kedepannya tim pengabdian perlu mengatur tempat-tempat yang memiliki gangguan suara yang minim. Hal ini juga disebabkan karena *device* yang digunakan belum memiliki fitur *noise reduction*.

Untuk tahap pasca produksi, proses *editing* menjadi fokus utama evaluasi. Aplikasi yang digunakan adalah CapCut versi non premium, sehingga fitur-fiturnya tidak semuanya bisa digunakan. Tapi paling tidak setiap kelompok masih bisa menggunakan fitur *subtitle* untuk mempermudah proses *editing*nya. Beberapa yang bisa menjadi evaluasi dan tindak lanjut adalah proses *grading* atau warna *tone* pada video dan konsistensi serta keberlanjutan antar potongan video yang disusun. Melalui pertimbangan tindak lanjut tersebut proses penyampaian konten edukasi akan lebih nyaman dan mudah untuk dipahami oleh audiens. Setelah seluruh rangkaian proses pasca produksi, kegiatan pengabdian diakhiri.



Gambar 7. Dokumentasi Bersama Peserta

KESIMPULAN

Berdasarkan pelatihan yang telah dilaksanakan, siswa SMP Negeri 4 Boyolali berhasil dalam membuat konten edukasi terkait *stunting* secara menarik dan informatif. Hal ini bisa ditinjau dari hasil konten yang diupload oleh setiap kelompok. Aspek-aspek keberhasilan yang ditinjau adalah aspek substantif dan teknis. Aspek substantif berhasil dieksesui oleh setiap kelompok dengan cara dan gaya mereka masing-masing yang mencakup nilai konten, musik latar, dan interaktivitas. Hal ini membuat video cocok untuk kebutuhan edukasi terkait *stunting* di media sosial. Lalu aspek teknis berfokus pada proses pasca produksi yaitu *editing* yang mencakup durasi singkat, orientasi *mobile*, *caption*, dan teknik *shot*. Setiap kelompok juga mampu mengolah rekaman video dengan baik dan sejalan dengan karakter dari konten kreatif saat ini.

SARAN

Pelatihan ini mendapatkan dukungan yang besar dari pihak sekolah sekaligus kolaborasi yang baik bersama penyuluhan KB Boyolali. Siswa dapat menjalankan proses pelatihan tanpa adanya kendala yang berarti. Pelatihan ini belum bisa dibilang sempurna karena masih ada beberapa aspek yang perlu untuk dievaluasi yang menjadi tindak lanjut di masa depan seperti materi terkait manajemen proses produksi sehingga terhindar dari gangguan seperti *noise* dan pendalaman proses pasca produksi seperti konsistensi dan *grading* warna dalam proses *editing*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam seluruh rangkaian pengabdian masyarakat. Mulai dari penyuluhan KB kabupaten Boyolali yang telah memberikan edukasi *stunting* kepada para siswa. Lalu, kepada mitra pengabdian masyarakat yaitu para siswa dan guru SMP N 4 Boyolali yang telah aktif berpartisipasi dalam menyukceskan seluruh rangkaian kegiatan dari pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Ankholla and R. Susanti, "Pengetahuan Dan Peran Orang Tua Dalam Penanganan Stunting Pada Anak Di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru," *Journal of Education*, vol. 7, no. 2, 2025.
- [2] C. K. Blackwell *et al.*, "Adolescent Social Media Use and Mental Health in the Environmental Influences on Child Health Outcomes Study," *Journal of Adolescent Health*, vol. 76, no. 4, pp. 647–656, Apr. 2025, doi: 10.1016/j.jadohealth.2024.12.003.
- [3] L. Marciano and K. Viswanath, "Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing," *Front Psychol*, vol. 14, 2023, doi: 10.3389/fpsyg.2023.1092109.
- [4] C. Leonhardt, D. Danielsen, and S. Andersen, "Associations between screen use, learning and concentration among children and young people in western countries: a scoping review," *Child Youth Serv Rev*, vol. 177, Oct. 2025, doi: 10.1016/j.childyouth.2025.108508.
- [5] M. Ayub and S. F. Sulaeman, "DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP INTERAKSI SOSIAL PADA REMAJA: KAJIAN SISTEMATIK," *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling*, vol. 7, no. 1, 2022.
- [6] P. J. A. C. van der Zanden, P. C. Meijer, and R. A. Beghetto, "A review study about creativity in adolescence: Where is the social context?," *Think Skills Creat*, vol. 38, Dec. 2020, doi: 10.1016/j.tsc.2020.100702.
- [7] C. Luo, N. A. M. Hasan, A. M. Zamri bin Ahmad, and G. Lei, "Influence of short video content on consumers purchase intentions on social media platforms with trust as a mediator," *Sci Rep*, vol. 15, no. 1, Dec. 2025, doi: 10.1038/s41598-025-94994-z.
- [8] Z. Zhang and L. Zhang, "Most Significant Impact on Consumer Engagement: An Analytical Framework for the Multimodal Content of Short Video Advertisements," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 20, no. 2, Jun. 2025, doi: 10.3390/jtaer20020054.
- [9] C. Zheng, S. Ling, D. Cho, and Y. Kim, "How Social Presence Influences Engagement in Short Video-Embedded Advertisements: The Serial Mediation Effect of Flow Experience and Advertising Avoidance," 2024, doi: 10.3390/jtaer.
- [10] J. Salminen, R. Wahid, Y. Yang, and B. Jansen, "Engagement Patterns in TikTok: An Analysis of Short Video Ads," in *HT 2024: Creative Intelligence - 35th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, Association for Computing Machinery, Inc, Sep. 2024, pp. 323–329. doi: 10.1145/3648188.3677048.
- [11] L. Mulier, H. Slabbinck, and I. Vermeir, "This Way Up: The Effectiveness of Mobile Vertical Video Marketing," *Journal of Interactive Marketing*, vol. 55, pp. 1–15, Aug. 2021, doi: 10.1016/j.intmar.2020.12.002.
- [12] J. Li, "Social Media Engagement: Can Video Captions Increase User Engagement?," 2024, pp. 103–109. doi: 10.2991/978-94-6463-246-0_12.
- [13] M. B. Yilmaz, E. Lotman, A. Karjus, and P. Tikka, "An embodiment of the cinematographer: emotional and perceptual responses to different camera movement techniques," *Front Neurosci*, vol. 17, 2023, doi: 10.3389/fnins.2023.1160843.