

# **Pelatihan Produksi Video untuk Konten Promosi Online di Industri Kecil Menengah (IKM) Kabupaten Pekalongan**

**Argiyan Dwi Pritama<sup>1</sup>, Gustin Setyaningsih<sup>2</sup>, dan Tri Mardani<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Amikom Purwokerto

Email: argiyandwi@amikompurwokerto.ac.id<sup>1</sup>, gustin@amikompurwokerto.ac.id<sup>2</sup>

trimardani@gmail.com<sup>3</sup>

## **ABSTRAK**

Teknologi internet di era industri 4.0 saat ini menjadi salah satu hal yang sangat diperhitungkan bagi seluruh aspek usaha untuk melakukan baik promosi maupun berjualan melalui internet, tidak terkecuali bagi Industri Kecil Menengah (IKM) yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional seperti saat ini. Oleh karena itu tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan dalam konteks promosi dalam bentuk video untuk hasil akhirnya, sedangkan metode yang digunakan adalah pelatihan pembuatan video menggunakan prinsip sinematografi yang baik untuk memproduksi konten video guna mempromosikan suatu produk maupun usahanya dan kemudian akan dipublikasikan di sosial media, selain itu metode lainnya yang digunakan adalah dengan ceramah, demonstrasi, praktek dan evaluasi. Pelatihan ini dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas SDM untuk memaksimalkan promosi secara online, pelaku IKM harus selalu melakukan inovasi dan kreatif supaya mampu bersaing, salah satunya adalah mampu membuat konten video promosi untuk selanjutnya sebarluaskan dan di publikasi di media online atau sosial media. Dan pada metode praktikum nya diberikan suatu pelatihan bagaimana cara membuat sebuah konten video promosi dengan benar, yaitu melalui proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Selain itu sasaran juga akan dilatih menggunakan kamera, melakukan pengambilan gambar, menulis naskah produksi, mengedit video menggunakan software editing video, dan diberi arahan untuk proses publikasi konten yang sudah dibuat agar tepat sasaran melalui sosial media.

Kata Kunci: Industri Kecil Menengah (IKM), social media, konten promosi

## **ABSTRACT**

*In the digital like this time, promotion in the internet has been very important for an every institution in the government and companies, including for Small and Medium Enterprises (SMEs) which is SMEs gets important role in the economics growth in this country. Therefore the objectives of this training is to sharing knowledge and upgrading*

*skills and capability of SMEs participant on the creating video promotion, while the method in this training is make videos with the best practices production and than the content that will be published on social media, the other methods are used discussion, demonstration, and evaluation. The purpose of this training is to improving the quality of human resources in the online promotion of SMEs Kabupaten Pekalongan for more innovation and maximum capabilty, and than the result from this training is a video promotion. Further the video promotion can be distributed in the online media or social media. In the practice, lecturer gives training how to produce a content video, there are 3 steep production process, pre-production, production, and post-production. In this practice the SMEs participant gets the trained of the using camera cinematography, writing a script video, and trained to editing the videos, and the finally the SMEs partcipan was given the knowladge about optimizazion social media for the publication video to online promotion.*

*Keywords: Small and Medium Industries (IKM), social media, promotional content*

## **PENDAHULUAN**

Video merupakan salah satu media elektronik yang kemampuannya dapat menyatukan teknologi audio dan visual secara bersama sehingga menghasilkan suatu gambar atau *visual* yang dinamis dan menarik bagi penonton. Hasil produksi video atau luaran akhirnya dapat dikemas dalam bentuk piringan VCD dan DVD sehingga mudah dibawa kemana-mana, mudah digunakan, dapat menjangkau pemirsa yang luas dan menarik untuk di tonton. (Nurfathiyah, 2011). Namun berkembangnya jaman produk video saat ini lebih sering kita temui di media online maupun sosial media. Platform sosial media saat ini menawarkan penggunaanya dengan mudah untuk mengakses dan mengembangkan jaringan pertemanan, keluarga, dan pekerjaan yang relevan. (Townsend and Wallace, 2016).

Selain itu video memiliki efek baik secara kognitif maupun psikomotorik. Pesan dalam sebuah video jauh lebih mudah dicerna dan dipahami dibanding audio, tulisan maupun gambar. Video yang lebih kreatif dalam menuangkan ide akan membuat netizen lebih tertarik pada ide kreatif tersebut. (Widiarto, 2012). Selain itu media video juga memiliki fungsi yang lain, yaitu sebagai media pembelajaran yang berfungsi sebagai atensi, afektif, kognitif dan fungsi kompensatoris (Arsyad 2002). Oleh karena itu dibutuhkan video yang dapat memberikan kesan, pesan, dan dapat memberikan visual yang menarik sebagai salah satu media untuk promosi di sosial media.

Saat ini Industri Kecil Menengah (IKM) mendominasi populasi industri di dalam negeri berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Ini dikarenakan pertumbuhan IKM yang relatif stabil, namun disisi lain perkembangan jaman dan perkembangan teknologi yang menuntut setiap IKM untuk terus bersaing, dibutuhkan sebuah media dan kemampuan dalam konteks promosi yang serba online, yaitu dengan pelatihan pembuatan video untuk memproduksi konten promosi yang nantinya akan dipublikasikan di sosial media. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian No. 6/M-IND/PER/7/2016 di jelaskan bahwa Industri Kecil Menengah (IKM) adalah pada garis besarnya yaitu industri yang memiliki skala industri kecil dan menengah. Kemudian menurut Peraturan Kementerian Perindustrian No. 6 tahun 2016, industri kecil adalah industri yang didalamnya memiliki karyawan sebanyak maksimal 19 orang, kurang dar 1 milyar rupiah nilai investasinya, itu tidak termasuk tanah yang digunakan dan bangunan tempat usaha yang didirikan. Sedangkan, yang dimaksud dengan industri menengah adalah industri yang didalamnya memiliki karyawan maksimal 19 orang dan terdapat nilai investasi minimal 1 milyar rupiah atau memiliki karyawan perusahaan minimal 20 orang dan terdapat nilai investasi maksimal 15 milyar rupiah.

Dalam rangka untuk meningkatkan kualitas SDM untuk memaksimalkan promosi secara online, pelaku IKM harus selalu melakukan inovasi dan kreatif supaya mampu bersaing, salah satunya adalah mampu membuat konten video promosi untuk selanjutnya sebarluaskan dan di publikasi di media online atau sosial media. Pada perkembangannya saat ini strategi promosi lebih banyak mengarah kepada strategi komunikasi, dimana saat ini lebih people friendly, produk teknologi dan komunikasi lebih ramah, simple dan lebih membuat hidup manusia mudah dan produktif. (Rangkuti, 2009).

Melalui pelatihan ini pelaku IKM dibekali bagaimana cara membuat sebuah konten video promosi dengan benar, yaitu melalui proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Selain itu sasaran juga akan dilatih menggunakan kamera, melakukan pengambilan gambar, menulis naskah produksi, mengedit video menggunakan sftware editing video, dan diberi arahan untuk proses publikasi

konten yang sudah dibuat agar tepat sasaran melalui sosial media. Seperti pada budaya serba digital saat ini alat promosi lebih banyak dialihkan menggunakan media sosial untuk mempromosikan bisnis secara efektif karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja dengan dapat menekan harga promosi agar lebih relatif murah dan jaringan promosi bisa lebih luas. Selain itu diharapkan pelaku IKM di dapat memahami bagaimana cara memproduksi konten video yang benar dan tepat sasaran, mampu mengoperasikan kamera untuk pengambilan gambar dengan benar, mampu melakukan editing video untuk menghasilkan video yang eye catching dan mempromosikan konten yang dibuat melalui media video yang diupload sosial media.

### **TARGET LUARAN YANG DICAPAI**

Sasaran dari pelatihan video ini adalah para pelaku industri yang akan memperluas pangsa pasarnya ke media online, dimana mereka akan memiliki kemampuan membuat video untuk keperluan konten promosi, dengan kata lain pelatihan ini berfokus pada peningkatan kualitas SDM untuk memaksimalkan promosi secara online, pelaku IKM di Kabupaten Pekalongan harus selalu melakukan inovasi dan kreatif supaya mampu bersaing, salah satunya adalah mampu membuat konten video promosi.

### **METODE PELAKSANAAN**

Dalam rangka meningkatkan kualitas SDM untuk memaksimalkan promosi secara online, pelatihan ini ditujukan untuk pelaku IKM di Kabupaten Pekalongan dimana mendorong mereka harus selalu melakukan inovasi dan kreatif dalam upaya promosinya agar mampu bersaing, salah satunya adalah mampu membuat konten video promosi. Agar materi yang disampaikan tepat sasaran, dilakukanlah metode analisis kepada peserta, selanjutnya peserta akan diberikan pre test dan post test.

Selain itu metode pelaksanaan kegiatan berupa : 1) Metode ceramah khususnya terkait dengan pemahaman proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi dalam pembuatan video, dan 2) Metode praktik sasaran juga akan dilatih

menggunakan kamera, melakukan pengambilan gambar, menulis naskah produksi, mengedit video menggunakan software editing video.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan merupakan sebuah proses memberikan dan mengajarkan pengetahuan dan atau keahlian tertentu serta sikap agar semakin terampil kemudian mampu melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam penelitiannya, Mangkuprawira mengatakan pelatihan juga merupakan metode yang efektif untuk mengubah struktur kognitif, memodifikasi sikap dan mengubah keterampilan karena melibatkan proses belajar yang efektif. (Mangkuprawira, 2004).

Dari hasil analisis terhadap peserta, mulai dari segi usia hingga pendidikan terakhir ditentukanlah beberapa pertanyaan untuk pre test dan post test sebagai ukuran sejauh mana materi yang akan disampaikan.

Tabel 1. Hasil Pre Test Terhadap Peserta

NO	NAMA	PRE	Nilai
1	M. Ziad Azizi	95	Sangat Baik
2	Kholidin	75	Baik
3	Khanapi	75	Baik
4	M. Dul Aziz	77	Baik
5	Chasani	25	Kurang
6	Mustakim	75	Baik
7	Zamharir	80	Baik
8	Nurul Iman	80	Baik
9	Rizal	80	Baik
10	Moh. Azmi Fahmi	55	Kurang
11	Fatkhuddin	85	Baik
12	Muhammad Muqtafin	80	Baik
13	M. Andi Afrizal	80	Baik
14	Ereng Maulana	75	Baik
15	M. Khaidar	77	Baik
16	A.Fauzan	85	Baik
17	Solahuddin	75	Baik
18	Zurittaqi	60	Cukup
19	Kusmugo Waluyo	80	Baik
20	Arif Tuhito	75	Baik

Tabel 2. Hasil Post Test Terhadap Peserta

NO	NAMA	PRE	Nilai
1	M. Ziad Azizi	95	Sangat Baik
2	Kholidin	75	Baik
3	Khanapi	75	Baik
4	M. Dul Aziz	77	Baik
5	Chasani	25	Kurang
6	Mustakim	75	Baik
7	Zamharir	80	Baik
8	Nurul Iman	80	Baik
9	Rizal	80	Baik
10	Moh. Azmi Fahmi	55	Kurang
11	Fatkhuddin	85	Baik
12	Muhammad Muqtafin	80	Baik
13	M. Andi Afrizal	80	Baik
14	Ereng Maulana	75	Baik
15	M. Khaidar	77	Baik
16	A.Fauzan	85	Baik
17	Solahuddin	75	Baik
18	Zurittaqi	60	Cukup
19	Kusmugo Waluyo	80	Baik
20	Arif Tshuito	75	Baik

Peserta pelatihan yang semakin aktif berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan maka semakin banyak ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki, hal ini diuji dengan *pre test* dan *post test*, karena semakin banyak informasi yang diperoleh dan di praktikan oleh peserta pelatihan yang kemudian menerapkan secara langsung dalam kegiatan usahanya. Metode pelatihan yang digunakan adalah metode *experiential learning*, yaitu metode yang melibatkan peserta secara aktif di setiap sesi pelatihannya sehingga peserta belajar dan mengalami secara langsung setiap proses dan langkah-langkahnya selama pelatihan. Hal tersebut dilakukan dengan cara melakukan ceramah atau penyampaian materi secara lisan dan tanya jawab antara peserta dan *trainer*, melakukan demonstrasi langsung dan peserta diperkenankan melakukan praktik langsung terhadap proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi pembuatan konten video yaitu mulai dari cara menggunakan kamera, melakukan pengambilan gambar, menulis naskah produksi, mengedit

video menggunakan software editing video, dan diberi arahan untuk proses publikasi konten yang sudah dibuat agar tepat sasaran melalui sosial media. Seperti yang kita pahami saat ini di era internet dan digital ini sosial media merupakan salah satu alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja di dengan harga promosi yang relatif murah bahkan gratis, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas.

Tabel 3. Daftar Peserta Pelatihan

No	Nama	Usia	Pendidikan	Jenis Kelamin
1	M. Ziad Azizi	26	S1	LAKI - LAKI
2	Kholidin	39	S1	LAKI - LAKI
3	Khanapi	29	SMK	LAKI - LAKI
4	M. Dul Aziz	23	SMA	LAKI - LAKI
5	Chasani	25	SMA	LAKI - LAKI
6	Mustakim	28	SMA	LAKI - LAKI
7	Zamharir	18	SMK	LAKI - LAKI
8	Nurul Iman	29	SMA	LAKI - LAKI
9	Rizal	28	SMA	LAKI - LAKI
10	Moh. Azmi Fahmi	41	S1	LAKI - LAKI
11	Fatkhuddin	31	S1	LAKI - LAKI
12	Muhammad Muqtafin	35	S1	LAKI - LAKI
13	M. Andi Afrizal	21	SMK	LAKI - LAKI
14	Ereng Maulana	38	SMA	LAKI - LAKI
15	M. Khaidar	33	SMA	LAKI - LAKI
16	A.Fauzan	43	SMA	LAKI - LAKI
17	Solahuddin	38	SMA	LAKI - LAKI
18	Zurittaqi	43	S1	LAKI - LAKI
19	Kusmugo Waluyo	57	S1	LAKI - LAKI
20	Arif Tshuito	35	S1	LAKI - LAKI

Peserta pelatihan dalam praktiknya aktif dalam memberikan *feedback* terhadap materi pelatihan melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan pokok bahasan yang disampaikan. Selain itu, peserta juga aktif terlibat dalam praktik secara langsung mengenai pembuatan konten video kemudian saling berdiskusi satu sama lain baik dengan peserta lainnya maupun dengan pelatih. Beberapa peserta juga memberikan penilaian terhadap proses pelatihan yang berlangsung yang mereka ikuti pada akhir proses pelatihan diadakan. Selanjutnya dilakukanlah evaluasi pelatihan ini yang terdiri dari evaluasi terhadap materi atau pokok bahasan pelatihan, trainer atau pelatih, dan juga peserta itu sendiri. Menurut peserta

pelatihan, materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka dalam membuat konten video untuk promosi, selain itu pelatihan juga meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta mengenai proses produksi video.



Gambar 1. Pelatihan Pada Peserta IKM Kab.Pekalongan

Ada juga tanggapan mengenai pemateri pelatihan, dimana peserta pelatihan konten video promosi merasa puas dan senang dengan cara yang digunakan pelatih dalam menyampaikan materi pelatihan sehingga peserta bisa menyerap dan memahami informasi dan ilmu yang disampaikan pada proses pelatihan. Begitu juga dengan proses praktiknya, secara keseluruhan peserta merasa puas dengan proses pelatihan pembuatan konten video promosi menggunakan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi yang disampaikan oleh pemateri atau pelatih.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pelatihan produksi video untuk konten promosi online di Industri Kecil Menengan (IKM) Kabupaten Pekalongan yang dilaksanakan mampu meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan ketrampilan peserta mengenai pembuatan konten video. Keterampilan yang didapatkan oleh peserta diharapkan mampu dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari dan juga diterapkan dalam usahanya. Saran untuk kedepannya setelah pelatihan ini diperlukan sebuah konsistensi dalam

pembuatan video promosinya, sehingga akan meningkatkan kesadaran merk terhadap usahanya di ranah digital atau media online.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arsyad, A. 2002. Media Pengajaran. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Dr. Leanne Townsend and Prof. Claire Wallace. 2016. Social Media Research: A Guide to Ethics. Economic and Social Research Council. Aberdeen: University of Aberdeen.
- Mangkuprawira, S. (2004). Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.
- Nurfathiyah, Pera. 2011. Pemanfaatan Video Sebagai Media Penyebaran Inovasi Pertanian. Jurnal Pengabdian pada Masyarakat No. 52 Tahun 2011, ISSN: 1410-0770.
- Rangkuti , Fredd. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta.
- Widiarto, Wisnu.2012.Peringkasan Konten Video Menggunakan Metode Berbasis Frame Kunci (Keyframe). Jurnal ITSMART. Vol1 No 2. ISSN 2301-7201.