ABDIFORMATIKA
Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164

Peningkatan Kemampuan *Editing* Video Untuk Promosi UMKM Kampung Jawi Sukorejo Semarang

Dinar Anggit Wicaksana*[1], Siti Asmiatun[2], Titin Winarti[3]
[1,2,3]Program Studi Tenik Informatika, Fakultas Informatika, Universitas Semarang
*e-mail: dinar_anggit@usm.ac.id[1], siti.asmiatun@usm.ac.id[2], titin@usm.ac.id[3]

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
14.09.2022	18.10.2022	29.10.2022	04.11.2022

Abstract: *MSMEs in Kampung Jawi are an organization of MSME actors located in Sukorejo Village, Gunung Pati District, Semarang City. This UMKM is a place for traditional culinary, traditional art performances and rental venues for weddings. In an effort to promote MSME tourism objects, MSME actors have constraints, namely the limited ability to make creative, attractive and targeted media promotions for consumers. Promotion through video is the most effective way so that consumers can see and enjoy the products (virtually in their imagination) or services sold by MSME actors. The most important thing that needs to be improved in making videos is how to edit promotional videos that will eliminate the brand image or perception for consumers who see the video. This PkM activity is carried out using three methods which include: pre-test, material delivery and discussion, and post-test. This PkM training activity is carried out using the following methods: lecture and practice. The evaluation carried out showed results: before the PkM activity the understanding of the participants was 35% and after the PkM understanding activity it increased to 83%. There was a significant improvement in the PkM participants in understanding the training materials provided during the PkM.*
Keywords*: Kinemaster, Youtube, MSME, Video Promotion*

Abstrak: UMKM Kampung Jawi merupakan salah satu organisasi para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. UMKM ini merupakan tempat kuliner tradisional, pertunjukan seni tradisional dan persewaan tempat untuk pernikahan. Di dalam usahanya untuk mempromosikan obyek wisata UMKM tersebut, para pelaku UMKM memiliki kendala yaitu keterbatasan kemampuan membuat media promosi yang kreatif, menarik dan tepat sasaran bagi konsumen. Promosi melalui video merupakan cara yang paling efektif sehingga konsumen dapat melihat sekaligus menikmati produk (secara virtual dalam imajinasi) atau jasa yang dijual oleh pelaku UMKM. Hal terpenting yang perlu ditingkatkan di dalam pembuatan video adalah bagaimana melakukan editing video promosi yang akan meninggalkan brand image atau persepsi bagi para konsumen yang melihat video tersebut. Kegiatan pelatihan PkM ini dilakukan menggunakan metode: ceramah dan praktek. Hasil evaluasi diperoleh dari hasil pre-test dan post-test yang dilakukan para peserta PkM. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan hasil: sebelum kegiatan PkM pemahaman peserta 35% dan setelah kegiatan PkM pemahaman perserta meningkat menjadi 83%. Terdapat peningkatan secara signifikan pada peserta PkM dalam memahami materi pelatihan yang diberikan pada saat PkM tersebut.
Kata kunci: Kinemaster, Youtube, UMKM, Video Promosi

1. PENDAHULUAN

UMKM Kampung Kampung Jawi merupakan salah satu organisasi para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. UMKM ini merupakan tempat kuliner tradisional (angkringan), pertunjukan seni tradisional (seni wayang dan tari) dan persewaan tempat (pernikahan, rapat dll). Di dalam usahanya untuk mempromosikan obyek wisata UMKM tersebut, para pelaku UMKM memiliki kendala yaitu keterbatasan kemampuan membuat media promosi yang kreatif, menarik dan tepat sasaran bagi konsumen. Hasil wawancara dengan RW setempat masih belum maksimal dalam promosi sehingga jumlah pengunjung masih belum sesuai dengan yang diharapkan dan persewaan tempat masih dirasa sepi.

Perkembangan teknologi informasi saat ini berkembang sangat pesat. Berbagai aktivitas bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Strategi dalam pemasaran dan media yang tepat diperlukan untuk dapat meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat. Digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan (Pradiani, 2018). Pemasaran dengan media sosial online sangat populer digunakan oleh berbagai organisasi, karena biaya yang murah, akses yang mudah, mudah dalam operasional, serta potensi pasar yang luas (Susilo, 2018). Hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan media digital terhadap tingkat penjualan produk kuliner kemasan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media digital terhadap tingkat penjualan sebesar 60,2%, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi penggunaan media digital maka semakin tinggi tingkat penjualannya (Ayuni et

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164

al., 2019). Melalui media sosial dan website, influencer dan blogger dapat meningkatkan reputasi tentang suatu topik menurut keahlian yang dimilikinya sehingga akan menarik banyak pengikut/ followers (Larasati et al., 2021). Pengikut inilah yang diharapkan dapat menjadi pelanggan yang nantinya akan terus bertambah dan dapat berkunjung ke lokasi untuk mendukung UMKM.

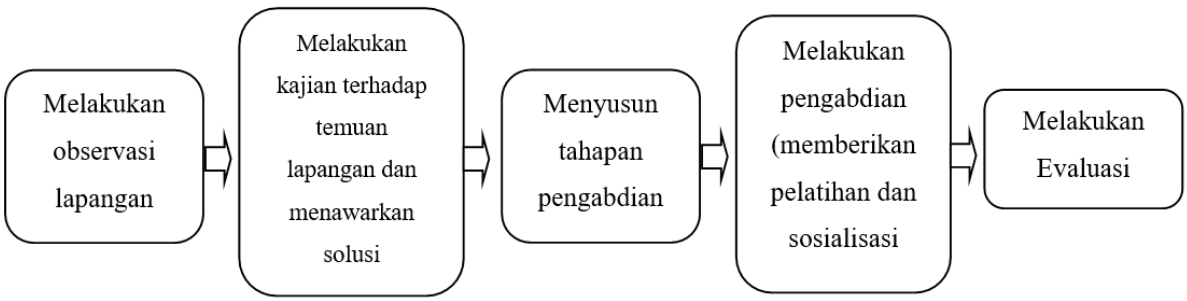
Fokus digital marketing dalam penelitian ini adalah youtube. Eksistensi media sosial yang populer selama masa pandemi Covid-19 yang menempatkan youtube sebagai media pertama yang sangat digemari dengan jumlah pengguna tertinggi didunia (Junawan & Laugu, 2020). Pada tahun 2022 pengguna youtube di Indonesia sebanyak 139 juta atau 50% dari total populasi di indonesia (Reportal, 2022). Dari penelitian sebelumnya peneliti memanfaatkan media youtube supaya harapannya video promosi dapat dilihat oleh pengguna dan penonton youtube agar tertarik untuk datang. Menurut (Andhika, 2019) penggunaan youtube lebih efektif dari brosur dan leaflet, dilihat dari kemudahan dan efisiensi dalam kegiatan promosi. Hal ini diperkuat juga menurut (Sholeh et al., 2021) konten video dapat menjadi salah satu bentuk video yang memberikan gambaran secara riel pada calon konsumen Dengan adanya strategi promosi oleh *content creator* terbukti dapat mempengaruhi efektivitas penjualan suatu produk (Larasati et al., 2021). Youtube bersifat fleksibel karena dapat ditonton dimanapun, kapanpun hanya dengan bermodal jaringan internet (Maulana, 2020).

Pada pembuatan video telah dilakukan beberapa penelitian menggunakan kinemaster dengan berbagai penggunaan beberapa diantaranya adalah: video pembelajaran untuk guru TK (Hasanah & Anum, 2020), Pembuatan video pembelajaran untuk guru SD (Puryono, 2020), informasi digital (Loneli Costaner, 2021), Pembuatan Iklan (Handoko, 2021) serta Pembuatan stiker dan video promosi untuk UMKM (Permana et al., 2022). Pada penelitian sebelumnya semuanya menunjukkan kepuasan dan peningkatan dalam pembuatan video menggunakan aplkasi kinemaster. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi kinemaster juga menjadi suatu kelebihan. Hal ini bisa dibuktikan dalam penelitian (Haryudin & Imanullah, 2021) yang mengatakan 62,5% peserta merasa mudah dalam menggunakan. Dalam pembuatan video, menggunakan aplikasi Kinemaster melalui android. Data setelah pelatihan menunjukkan bahwa 62% peserta percaya bahwa aplikasi Kinemaster mudah dipelajari (Handoko, 2021). Hal inilah yang memotivasi usulan pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam hal mengedukasi UMKM di Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang terkait pembuatan video menggunakan aplikasi Kinemaster dan pengoptimalan digital marketing khususnya pada media internet youtube.

Berdasarkan permasalahan mitra seperti diuraikan di atas, maka dalam pengabdian ini perumusan masalah akan dikerucutkan pada: Bagaimana peningkatan editing video bagi pelaku usaha di lingkungan Kelurahan Wonodri sebagai sarana promosi. Tujuan dari diselenggarakannya Pengabdian ini adalah masyarakat bisa memanfaatkan aplikasi kinemaster pada HP dan youtube sebagai sarana promosi bagi pelaku usaha di UMKM Kampung Jawi Kelurahan Wonodri.

2. METODE

Pada pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan praktek. Kegiatan Peningkatan kemampuan ini bertempat di Laboratorium Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang. Tahapan dan langkah-langkah pada pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Proses dan langkah pengabdian masyarakat

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164

Pada kegiatan ini yang menjadi peserta adalah pelaku UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang. Peserta sebanyak 45 orang yang tela dipilih berdasarkan hasil observasi sebelumnya. Masing-masing peserta menggunakan 1 unit komputer dan 1 unit HP selama praktik berlangsung. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi Peningkatan kemampuan adalah 4 (empat) jam, terdiri dari :

- 30 menit untuk tes awal, instalasi dan pengenalan Kinemaster
- 120 menit untuk praktek dan materi pembuatan video promosi menggunakan kinemaster
- 60 menit untuk praktek membuat akun youtube dan mengunggah video ke youtube.
- 30 menit untuk evaluasi keseluruhan materi.

Evaluasi keberhasilan kegiatan peningkatan kemampuan ini dilakukan pada awal kegiatan dan pada akhir kegiatan berupa kuesioner. Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari respon positif dari para peserta melalui evaluasi yang diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 4 Juni 2022 bertempat di Laboratorium Komputer M1.2.1 Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang, selama 4 jam dari pukul 09.00 – 13.00 dengan peserta adalah pelaku UMKM sebanyak 15 orang. Foto bersama peserta pelatihan dan panitia pelaksana dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Foto Bersama Peserta dan Panitia Pelatihan

Metode seminar diberikan untuk mengenalkan materi editing video dengan software Kinemaster serta mengupload ke youtube kepada para pelaku UMKM Kampung Jawi Kelurahan Wonodri Semarang. Terdapat 2 pemateri yang menjelaskan mengenai pelatihan editing video untuk sarana promosi. Pemateri 1 menjelaskan materi editing video menggunakan Kinemaster melalui HP yang dihubungkan ke LCD melalui aplikasi miror sehingga para peserta dapat mempraktekkan secara langsung melalui HP masing-masing peserta. Pemateri 2 menjelaskan cara melakukan upload ke youtube juga menggunakan HP. Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar dan para peserta antusias dalam mengikuti.

Sebelumnya para peserta mengisikan kuesioner pre test, dari kuesioner yang diisi oleh peserta secara online. Kuisioner ini bertujuan untuk menganali kemampuan peserta PkM seblum diberikan materi dan pelatihan secara utuh. PkM ini diakhiri dengan diskusi dan pengisian quisioner post test untuk mengevaluasi kemampuan peserta berkaitan dengan pembuatan editing video dengan kinemaster serta mengupload ke youtube. Pada Tabel 1 adalah pertanyaan yang digunakan untuk evaluasi PkM. Dari 21 pertanyaan tersebut diharapkan responden dapat memilih jawaban YA sebagai tolak ukur peningkatan kemampuan peserta PkM. Pertanyaan tersebut diberikan pada saat evaluasi pre test dan post test.

Tabel 1. Rekapitulasi Pre Test dan Post Test

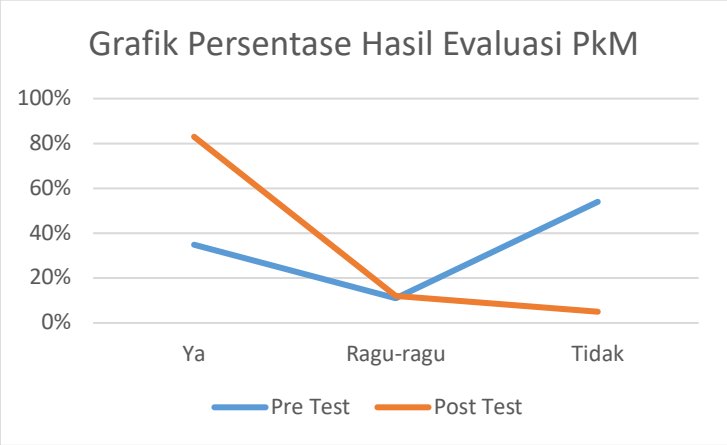
		PRE TEST			POST TEST		
No	PERTANYAAN	YA	RAGU	TIDAK	YA	RAGU	TIDAK
1.	Apakah sebelumnya Anda sudah pernah membuat video editing?	3	0	12	15	0	0
2.	Apakah Anda mengerti manfaat video editing?	4	3	8	15	0	0

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164

		PRE TEST			POST TEST		
No	PERTANYAAN	YA	RAGU	TIDAK	YA	RAGU	TIDAK
3.	Apakah Anda pernah menggunakan video sebagai sarana promosi?	5	1	9	15	0	0
4.	Apakah Anda perlu media promosi?	15	0	0	15	0	0
5.	Apakah Anda pernah menggunakan Kinemaster untuk editing video ?	1	1	13	15	0	0
6.	Apakah Anda memahami kegunaan aplikasi Kinemaster?	2	1	12	11	3	1
7.	Apakah Anda tertarik menggunakan Kinemaster?	14	0	1	12	2	1
8	Apakah Anda perlu untuk mempelajari Kinemaster untuk menambah kemampuan dalam editing video ?	13	1	1	15	0	0
9	Apakah Anda memahami secara garis besar cara pembuatan video editing dengan Kinemaster?	2	1	12	8	5	2
10	Apakah Anda memahami cara menggunakan menu navigasi di dalam aplikasi Kinemaster?	2	0	13	10	3	2
11	Apakah Anda memahami cara memotong dan menggabungkan video/foto di dalam aplikasi Kinemaster?	1	1	13	8	5	2
12	Apakah Anda memahami cara mengedit video di dalam aplikasi Kinemater?	1	1	13	11	3	1
13	Apakah Anda memahami cara memotong video dengan aplikasi Kinemaster?	1	1	13	11	3	1
14	Apakah Anda memahami cara pengaturan kualitas pemutaran video pada aplikasi Kinemaster?	1	1	13	10	4	1
15	Apakah Anda nyaman menggunakan Kinemaster menggunakan HP?	5	7	3	12	3	0
16	Apakah tutorial video editing dengan Kinemaster ini bermanfaat bagi Anda?	9	5	1	13	1	0
17	Apakah Anda memahami kegunaan Youtube?	8	3	4	11	3	1
18	Apakah Anda perlu menggunakan Youtube untuk sarana promosi?	10	3	2	14	1	0
19	Apakah Anda memiliki akun Youtube?	7	2	6	15	0	0
20	Apakah Anda pernah mengupload video di Youtube?	5	0	10	15	0	0
21	Apakah Anda memahami cara setting upload video di youtube?	2	0	13	10	3	2
	RATA-RATA RESPONDEN	5,3	1,6	8,1	12,4	1,9	0,7
	PROSENTASE RESPONDEN	35%	11%	54%	83%	12%	5%

Setelah dilakukan analisis pada tabel 1 pertanyaan ke 4 menjelaskan bahwa semua peserta merasa perlu untuk menggunakan media promosi sehingga program PkM ini tepat sasaran. Hal ini ditambahkan dari 15 peserta hanya terdapat 3 peserta yang dapat melakukan editing video dan 1 dari 3 peserta sudah pernah menggunakan kinemaster. Kemudian masih terdapat 8 peserta yang masih belum memiliki akun youtube. Gambar 3 adalah tampilan grafik kenaikan pada responden yang memilih jawaban YA. Terjadi peningkatan yang signifikan pada post tes.

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164



Gambar 3 Grafik Prosentase Hasil Evaluasi PkM

Dari hasil evaluasi quisioner terhadap 15 responden yang menjawab 21 pertanyaan terlihat pada gambar 3 terjadi peningkatan yang signifikan pada post test sebesar 83% terhadap jawaban YA. Artinya adalah peserta PkM telah memahami materi pelatihan yang diberikan pada saat PkM tersebut dan telah berhasil membuat video interaktif serta mengupload ke youtube. Pada Gambar 4 merupakan hasil editing video salah satu peserta yang sudah di upload ke youtube.



Gambar 4 Hasil Editing Video Peserta di Youtube

Terdapat target luaran dari kegiatan PkM ini yaitu publikasi di media masa online, publikasi di jurnal berISSN dan materi yang telah diberikan kepada peserta PkM ini. Publikasi ke media online pada Gambar 5 dan Gambar 6 dengan alamat URL yaitu:

1. Kampus Pedia (https://kampuspedia.id/tim-pkm-ftik-usm-gelar-pelatihan-editing-video/) telah terbit pada tanggal 4 Juni 2022.



Gambar 5 Publikasi Pada Kampus Pedia

2. Suara Baru (https://suarabaru.id/2022/06/05/tim-pkm-ftik-usm-beri-pelatihan-editing-video-bagi-pelaku-umkm-kampung-jawi/) telah terbit pada tanggal 4 Juni 2022.

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164



Gambar 6 Publikasi Pada Suara Baru

4. KESIMPULAN

Pelatihan editing video bagi pelaku UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Peserta pelatihan sebanyak 15 peserta yang berasal dari UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang. Peningkatan kemampuan peserta PkM ditunjukkan dengan peningkatan hasil kuisioner sebesar 83% terhadap jawaban YA pada evaluasi post test. Artinya adalah peserta PkM telah memahami materi pelatihan yang diberikan pada saat PkM tersebut. Dengan peningkatan kemampuan editing video menggunakan kinemaster dan upload ke youtube maka dapat digunakan oleh pelaku UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang untuk membuat video sebagai media promosi bagi produk atau jasa yang mereka tawarkan. Dengan demikian akan terjadi peningkatan penjualan produk bagi pelaku UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang.

Saran yang dapat kami berikan sehubungan dengan kegiatan pengabdian ini adalah diperlukan pemantauan dan kelanjutan dari materi PkM. Hal ini supaya pelaku UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang semakin dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mendukung UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang atas dukungan dana dan kebijakan dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini.

DAFTAR PUSTAKA

Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 26–30.

Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, *23*(2). https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382

Handoko, A. (2021). Pemanfaatan Kinemaster Sebagai Aplikasi Pembuatan Iklan Video Bagi Pengelola Dan Pendidik Pkbm. *Jurnal Desain: Kajian Bidang Penelitian Desain*, *1*(1), 14–24.

Haryudin, A., & Imanullah, F. (2021). the Utilization of Kinemaster Applications in the Making of Multimedia Based Teaching Materials for English E-Learning in New Normal (Covid-19). *PROJECT (Professional Journal of English Education)*, *4*(2), 341. https://doi.org/10.22460/project.v4i2.p341-352

Hasanah, S. U., & Anum, A. (2020). *Peningkatan Kemampuan Membuat Video*. 373–376.

Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial,Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *4*(1), 41–57. https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46

Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, *1*, 1–8. http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102

Loneli Costaner. (2021). Pelatihan Keterampilan Membuat Informasi Berbasis Video Digital Pada Ikatan Remaja Masjid. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(4), 843–849. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.7253

Maulana, F. V. A. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Inteligensia Media. https://www.google.co.id/books/edition/Peradaban_Media_Sosial_di_Era_Industri_4/ou PsDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=media+sosial&pg=PA22&printsec=frontcover

Permana, A. D., Riansyah, R. F. J., Nadia, T., & Kurnia, K. F. (2022). Pembuatan Stiker Dan Video Promosi Untuk

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 80-86
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.164

Umkm Di Kelurahan Pinang Jaya Kecamatan Kemiling. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, *3*(01), 56–62. https://doi.org/10.24967/jams.v3i01.1625

Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, *11*(2), 46–53. https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45

Puryono, D. A. (2020). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Untuk Guru Sd Kristen Terang Bagi Bangsa Pati Menggunakan Kinemaster. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, *01*(04), 242–247. https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jpv/article/view/8821

Reportal, D. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Kepios. https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia

Sholeh, M., Andika, M., Fauzi, M. A., & Bismis. (2021). Pengembangan Konten Video Produk Ukm Sebagai Upaya Promosi Melalui Media Sosial. *Gaung Informatika*, *14*(1), 1–12. https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/GI/article/view/755

Susilo, D. (2018). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Jasa Pendidikan. *Jurnal Pencerahan STAB Syailendra*, *11*(1), 46–60.