

Pelatihan Pembuatan Video Iklan Bagi Karangtaruna Untuk Mendukung Promosi UMKM Di Desa Buncitan Sidoarjo

Sutikno¹, Krisna Yuwono Fora², Sulistiowati³, Mochammad Arifin⁴.

^{1,2,3,4} Universitas Dinamika, Surabaya, Dinamika.

E-mail : krisna@dinamika.ac.id

ABSTRAK

Desa Buncitan adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, dengan total jumlah penduduk 4.976 jiwa. Sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai karyawan dan sebagian lagi memiliki usaha mikro kecil menengah (UMKM) berskala lokal, sehingga berakibat hasil penjualan kurang meningkat dikarenakan kurang dikenal oleh masyarakat lebih luas. Adapun permasalahan yang terjadi UMKM membutuhkan bantuan untuk mendukung promosi. Salah satu organisasi sosial Desa Buncitan yaitu karang taruna dapat memberikan solusi tetapi dibutuhkan pelatihan untuk pembuatan video iklan. Oleh sebab itu ditawarkan pengabdian kepada masyarakat pelatihan pembuatan video iklan di karang taruna Desa Buncitan untuk mendukung promosi hasil produksi UMKM.

Kata kunci : video iklan, promosi produk, karang taruna.

ABSTRACT

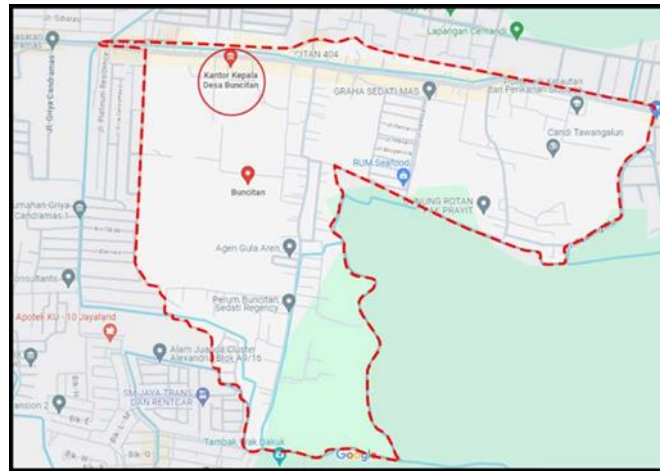
Desa Buncitan is one of the villages located in Sedati District, Sidoarjo Regency, with a total population of 4,976 people. Most of them work as employees, while others run local micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). However, due to limited recognition within the wider community, their sales have not increased significantly. To address this issue, MSMEs require assistance for promotional purposes. The social organization Karang Taruna in Desa Buncitan can provide a solution, but training is needed for creating video advertisements. Therefore, community service offers video advertisement training in Karang Taruna Desa Buncitan to support the promotion of MSME production results.

Keywords : advertising video, promoting products, youth organization.

PENDAHULUAN

Desa Buncitan adalah salah satu desa yang terdapat pada Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo diperlihatkan pada gambar 1. Desa Buncitan berbatasan dengan Desa Cemandi Kecamatan Waru sebelah utara, untuk sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pepe Kecamatan Buduran, sebelah timur berbatasan dengan Desa Kalanganyar, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Pulungan Kecamatan Gedangan. Luas desa Buncitan sebesar 145,9 hektar dengan jumlah penduduk sebesar 4.976 jiwa dan kepala keluarga sebanyak 1.981 KK. Desa Buncitan memiliki 9 Rukun Warga (RW) serta 23 Rukun Tetangga (RT). Lahan di Desa Buncitan meliputi lahan pemukiman penduduk sebesar 83,4 Ha (57%), lahan untuk sawah sebesar 35 ha (24%) serta lahan untuk fasilitas umum sebesar 27,5 ha (19%). Adapun tingkat pendidikan penduduk di desa Buncitan sebagian besar adalah SMA sebesar 35%. Sebagian besar penduduk Desa Buncitan

memiliki pekerjaan sebagai karyawan perusahaan swasta sebanyak 2.161 orang. Sebagian lainnya memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Rohmadiani et al., 023).



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Buncitan.
(Sumber : Google Map)

Permasalahannya adalah penjualan hasil UMKM selama ini berskala lokal. Hal ini berakibat hasil penjualan belum dapat meningkat karena belum dikenal oleh masyarakat luas. UMKM sendiri selama ini hanya berfokus kepada produksi sehingga pemilik UMKM tidak terlalu memikirkan promosi dari hasil produk UMKM. Oleh sebab itu dibutuhkan bantuan dari organisasi yang ada di Desa Buncitan untuk mendukung promosi hasil produk UMKM. Salah satu organisasi sosial kemasyarakatan generasi muda di Desa Buncitan adalah Karang Taruna yang tersebar di berbagai Rukun Tetangga (RT). Karang Taruna merupakan salah satu organisasi sosial kemasyarakatan yang diakui keberadaannya dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial (Indirani, 2022). Karang Taruna sebagai wadah dan sarana pengembangan setiap anggota masyarakat yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat terutama generasi muda di wilayah desa/kelurahan terutama bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial.

Oleh sebab itu solusi yang ditawarkan oleh dilaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) Universitas Dinamika yaitu memberikan pelatihan pembuatan video iklan bagi karang taruna desa Buncitan untuk mendukung promosi hasil produksi UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Berangkat dari permasalahan yang ada untuk meningkatkan keilmuan karang taruna sebagai wadah dan sarana pengembangan diri setiap anggota untuk tumbuh dan berkembang dalam keilmuan dan pembuatan video periklanan menggunakan smartphone agar dapat membantu dan support pelaku UMKM dalam meningkatkan penghasilan UMKM. Pada gambar 2, menunjukkan blok diagram metode pelaksanaan PkM. Melakukan tahapan pelaksanaan PkM dengan memulai dari tahap persiapan kemudian

dilanjutkan ke tahap pelaksanaan dan terakhir ke tahap evaluasi, adapun penjabaran dari tahapan tersebut, antara lain :



Gambar 2. Metode Pelaksanaan PkM.

1. Persiapan PkM

a. Observasi dan Wawancara

Melakukan observasi lapangan ke desa Buncitan dengan melakukan wawancara ke salah satu aparat desa Buncitan (Pak Carik) untuk mengetahui tingkat pendidikan, mata pencaharian warga, seberapa banyak UMKM yang terdaftar dan secara aktif masih produktif dalam produksi, serta menghubungi perwakilan mitra karang taruna desa Buncitan yang nantinya akan diberi pelatihan diperlihatkan pada gambar 3.

Didapatkan bahwa warga desa Buncitan mengenyam pendidikan sesuai standar dari pemerintah wajib belajar 9 tahun, diteruskan ke tingkat selanjutnya ke jenjang SMA atau SMK. banyak dari mereka setelah lulus sekolah SMA ataupun SMK langsung mencari pekerjaan. Terlihat dari banyaknya jumlah remaja yang masih aktif mengikuti kegiatan karang taruna sebagian besar bekerja. Usia produktif warga desa Buncitan umur 19 hingga 50 tahun, mereka bekerja di industri mulai dari hari Senin hingga Sabtu. Selain sebagian besar warga bekerja di industri beberapa ada yang mendirikan UMKM, mereka mempekerjakan saudara atau tetangga terdekat di sekitar rumah.



Gambar 3. Wawancara dan Observasi di Desa Buncitan.

b. Koordinasi dengan mitra.

Begitu banyaknya kegiatan yang ada di kelurahan desa Buncitan maka agar pelatihan berjalan dengan baik dan lancar, tim PkM melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan dan mitra karang taruna. Melakukan beberapa pertemuan dengan

Bapak Lurah Desa Buncitan, kemudian tim PkM dipertemukan dengan perwakilan dari ketua karang taruna desa Buncitan dengan mas Ilham. Mas Ilham adalah salah satu remaja dari desa Buncitan yang sampai sekarang masih aktif melakukan kegiatan-kegiatan sosial di desa setempat juga masih aktif kuliah.

Remaja karang taruna yang akan diberi pelatihan adalah tim keorganisasian yang membidangi bidang multimedia, mereka kurang lebih terdiri dari 10 orang remaja setempat, secara aktif meliput dan membantu semua kegiatan yang berhubungan dengan teknologi di kegiatan kelurahan.

Pertemuan tersebut menghasilkan beberapa catatan antara lain :

1. Karena sebagian besar karang taruna bekerja sehingga pelatihan bisa dilakukan pada saat malam hari pada hari aktif.
2. Pelatihan bagi semua tim karang taruna khususnya keorganisasian bidang multimedia.
3. Pelatihan dilakukan sebanyak 5 kali pertemuan di pendopo kelurahan.
4. Tiga (3) kali dilakukan tatap muka dengan menyampaikan teori dan dua (2) kali pertemuan online untuk konsultasi kendala lapangan dan uji hasil.

c. Studi Literatur

Setelah melakukan observasi dan melakukan penggalan data didapat teori-teori yang terkait dengan penyelesaian masalah dalam pelaksanaan PkM, antara lain :

Video Iklan

Iklan dalam kamus KBBI mempunyai arti membujuk khalayak ramai supaya tertarik dengan barang yang ditawarkan sama artinya dengan kosa kata promosi yaitu salah satu kegiatan memberi informasi untuk mempengaruhi calon pelanggan membeli barang yang di promosikan. (Aripin, 2021) Sehingga bisa dikatakan bahwa promosi adalah sarana memperkenalkan barang semenarik mungkin agar khalayak umum tertarik membeli. Penjual akan berusaha menggunakan semaksimal mungkin sumber dayanya untuk membuat iklan semenarik mungkin secara simultan menunjukkan adanya alur cerita dan adegan yang dapat dipahami (Ardiansyah, 2015). Sarana paling efektif dalam memberi informasi dengan menggunakan video karena dalam video iklan terdapat beberapa media antara lain musik, teks, narasi, logo dan animasi.

Pengambilan dan Editing Gambar

Selain adegan dan alur cerita video iklan akan menarik apabila dalam proses pengambilan gambar menggunakan teori teknik 5 jurus sinematik (Mascelli, 1965) dimana untuk menghasilkan gambar perlu adanya:

- Angel Kamera Sudut pandang sangat penting karena mengidentifikasi apa yang audien lihat untuk meneruskan cerita yang harus berjalan.
- Kontinu adalah cara agar penonton melihat secara berkala terus menerus hingga akhir tanpa ada gangguan agar dapat memahami cerita.

- Pemotongan bagaimana memotong satu video dan menggabungkan jadi satu kesatuan dengan video yang lain dari rangkaian video yang akan menjadi satu alur cerita sesuai yang kita inginkan.
- CloseUp bagaimana setiap bagian dari menyajikan gambar menggunakan pengambilan gambar secara closeUp.
- Komposisi bagaimana kita dapat menyajikan dan menata gambar dari berbagai unsur haris, bidang dan warna untuk menjadi satu kesatuan utuh terlihat apik dilihat.

2. Pelaksanaan PkM

a. Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan.

Materi disesuaikan berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara sehingga materi yang diberikan kepada mitra adalah audio visual periklanan, pengambilan gambar secara sinematik menggunakan smartphone, dan editing menggunakan CapCut.

b. Pelaksanaan Pelatihan.

Pelaksanaan pelatihan menggunakan Metode Direct Instruction yang merupakan salah satu model pembelajaran yang dirancang khusus untuk menunjang proses pembelajaran terkait dengan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang terstruktur dengan baik (Suriyani, 2020).

3. Evaluasi PkM

- a. Memberikan kuesioner untuk diisi seluruh peserta kemudian diolah sebagai bahan untuk mengetahui tingkat ketercapaian materi.
- b. Mengolah hasil kuesioner sebagai feedback bagi tim PkM, sebagai perbaikan dikemudian hari.
- c. Publikasi luaran PkM meliputi: modul pelatihan, video produk iklan, dan jurnal nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra dalam hal ini adalah karang taruna desa Buncitan diberikan materi berupa teori audio visual periklanan. Iklan sangatlah penting bagi perusahaan skala besar maupun skala micro seperti halnya UMKM karena iklan adalah salah satu cara untuk memperkenalkan produk atau barang baru agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli sehingga dapat meraih keuntungan sebanyak mungkin. Iklan yang dapat membuat konsumen berimajenasi tertarik untuk memiliki ataupun merasakan adalah iklan yang dibuat secara audio visual.

- a. Materi awal yang akan diberikan yaitu bagaimana membuat konsep yang terdiri dari: Pertama, siapa sasarannya dari iklan. Sasaran iklan terdiri dari segmentasi konsumen. Mengidentifikasi pasar yang akan dibidik dengan tiga pendekatan antara lain: pemasaran massal, pemasaran beragam produk dan pemasaran target. Kedua, tujuan

dan bentuk iklan yang digunakan. Ketiga, kapan iklan itu ditayangkan. Keempat, dimana iklan akan ditayangkan.

- b. Materi sinematografi membahas bagaimana membuat pergerakan kamera dan komposisi produk dalam penempatan gambar. Untuk membuat sebuah iklan dibutuhkan tayangan yang menarik, efektif dan efisien mengingat durasi iklan haruslah pendek tapi mengena sehingga dibutuhkan pergerakan kamera yang sesuai dengan karakter dari produk yang diambil. Selain itu agar terlihat menarik penempatan objek haruslah sesuai dari karakter produk maupun target konsumen yang akan dibidik. Kesemua apabila dikolaborasikan akan menghasilkan karya iklan menarik dan efisien sehingga mengikat performa produk ataupun perusahaan bagi konsumen.
- c. Materi editing video iklan menjadi menarik adalah proses editing, proses penggabungan video-video dan membuang bagian yang dirasa kurang menarik menjadi satu kesatuan utuh, dibutuhkan sebuah software khusus untuk memprosesnya, salah satunya adalah Adobe Premier. Tetapi Adobe Premiere membutuhkan komputer dalam menjalankannya selain itu dibutuhkan spesifikasi komputer yang tinggi, sekarang ini banyak aplikasi editing yang sudah sangat bagus diaplikasikan smartphone salah satunya adalah CapCut. Aplikasi ini selain ringan juga lengkap fitur-fiturnya. Sehingga memungkinkan pengguna smartphone kalangan masyarakat umum dapat mudah menggunakannya. Untuk itu materi yang digunakan untuk editing video adalah menggunakan aplikasi CapCut.

Pelaksanaan pelatihan membutuhkan 5 kali pertemuan luring dan daring dengan estimasi waktu 3 hingga 4 jam, meliputi:

- 1) Memberikan materi teori audio visual periklanan. Dimana peserta akan mendapatkan keilmuan periklanan yang dapat diterapkan untuk UMKM khususnya pembuatan video iklan. Kemudian peserta diharapkan mendapatkan data produk yang dihasilkan UMKM yang akan dijadikan mitra untuk dibuatkan video iklannya.
- 2) Memberikan materi dan demo bagaimana cara pengambilan gambar yang sinematik menggunakan kamera smartphone. Mulai dari pergerakan kamera, komposisi gambar, dan cara penggunaan kamera smartphone.
- 3) Memberikan pendampingan dalam praktik melaksanakan pengambilan gambar sesuai dengan tema dan konsep yang sudah dibuat dipertemuan pertama.
- 4) Mengevaluasi hasil pengambilan gambar yang sudah dilakukan dan melakukan revisi apabila terdapat beberapa adegan yang perlu diambil gambar kembali.
- 5) Memberikan materi dan demo bagaimana cara mengedit hasil gambar menggunakan aplikasi CapCut dan AI audio.

Pelaksanaan pelatihan tentang pembuatan video iklan diikuti oleh karang taruna desa Buncitan Sedati Sidoarjo, diperlihatkan pada gambar 4. Pertemuan dibagi menjadi dua metode, yaitu: pelatihan luring (luar jaringan) dan pelatihan daring (dalam jaringan) serta jadwal pelatihan dilaksanakan tiap hari Sabtu sore.



Gambar 4. Pelatihan video iklan bersama dosen, dan karang taruna di balai desa Buncitan.

Materi pelatihan, meliputi: pengenalan video iklan, pengetahuan dasar fotografi, tahap pra produksi konsep video iklan, tahap proses produksi syuting video iklan, tahap pasca produksi editing video iklan, dan publikasi video iklan untuk promosi produk.

Video iklan merupakan media informasi suatu produk atau jasa layanan dalam bentuk pesan multimedia yang memiliki elemen-elemen audio visual. Elemen-elemen audio meliputi: monolog, dialog, efek suara dan ilustrasi musik. Sedangkan visual meliputi: tipografi, desain grafis, fotografi, videografi, dan animasi.

Pada tahap pra produksi diberikan pelatihan untuk membuat konsep dan rancangan manajemen produksi. Konsep yang sudah dibuat tersebut kemudian dikembangkan lagi lebih ringkas agar lebih efisien dan efektif baik itu untuk peralatan, aset, penjadwalan, dan pendanaan hingga saat produksi dilaksanakan.

Pada tahap proses produksi diberikan pelatihan untuk manajemen waktu, biaya, dan pengoperasian peralatan syuting. Teori yang sudah dijelaskan dalam pelatihan diawal selanjutnya diterapkan dalam produksi iklan.

Pada tahap pasca produksi diberikan pelatihan untuk mengedit video dengan aplikasi CapCut pada gadget mobile atau smartphone, meliputi: penggabungan footage, tulisan, dan efek video. Selanjutnya diajarkan cara memanfaatkan AI (Artificial Intelligence) untuk menyisipkan backsound untuk video yang telah diedit. AI pada saat ini sudah luas penggunaan hingga sudah menyentuh industri kreatif (Piskopani, 2023).

Pada tahapan publikasi video iklan diberikan penjelasan media-media yang digunakan dalam promosi meliputi: TV, Sosmed, dan Streaming Internet. Selain media tersebut ada juga dipajang di konter penjualan dalam bentuk LCD Projector, Screen Display, dan Hologram (Fora, 2022).



Gambar 5. Foto bersama dosen, mahasiswa dan karang taruna desa Buncitan.

Hasil pelatihan tersebut dimanfaatkan dalam pembuatan video iklan untuk promosi produk UMKM yang dikerjakan oleh peserta karang taruna di lingkungan desa Buncitan. Setelah selesai pelatihan maka peserta karang taruna akan diberikan tugas untuk membuat video iklan dan konsultasi dilaksanakan tiap hari secara daring menggunakan grup Whatsapp.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Hasil pelatihan ini memberikan kemampuan promosi produk-produk UMKM menggunakan media digital dan sosmed.

Tabel 1. Hasil Angket Peserta Pelatihan

No.	Deskripsi Instrumen Angket	Respon Angket
1	Pemateri (dan Asisten Pemateri) pelatihan "Video Iklan" berpakaian rapi dan menarik	96%
2	Ruangan bersih, rapi, dan mendukung pelaksanaan kegiatan pelatihan "Video Iklan"	91%
3	Materi Obyek Pembelajaran (presentasi/modul, dll) yang digunakan pada pelatihan "Video Iklan" dapat dipahami dengan baik	91%
4	Narasumber dapat menjelaskan materi dengan baik sehingga peserta mudah memahami materi.	94%
5	Materi yang disampaikan narasumber sudah sesuai dengan kebutuhan peserta.	94%
6	Pemateri dapat memberikan solusi terhadap permasalahan peserta pada saat pelatihan "Video Iklan"	95%
7	Pemateri dapat menanggapi pertanyaan dari peserta dengan baik dan cepat	95%
8	Sebagai peserta, anda dapat memahami materi seminar/workshop dengan baik.	92%

9	Narasumber telah memberikan pelayanan dengan baik kepada peserta pelatihan "Video Iklan"	95%
10	Materi yang disampaikan bermanfaat dan menjamin peserta lebih mudah dalam memproduksi video iklan	94%
11	Narasumber memahami kondisi peserta ketika bosan dan tidak memahami materi	94%
12	Narasumber bersedia mengulangi materi dengan sabar ketika ada peserta pelatihan yang kurang paham	93%
13	Narasumber telah melayani peserta dengan baik dan santun	97%
14	Jika anda memiliki saran dan kritik tersendiri terkait pelatihan "Video Iklan", silahkan tuliskan di sini.	Lebih atraktif lagi, Lebih kreatif lagi, Asik mantap. Sudah/sangat bagus, Cukup berguna, Sering-sering pengabdian, Ya uda sih, Manut wae.
15	Jika anda memiliki harapan terkait diadakannya seminar/workshop/pelatihan dengan tema tertentu, silahkan tuliskan di sini	Semoga bermanfaat dan berkelanjutan, Semoga diadakan lagi lebih mendalam materinya, Semoga pelatihan rutin diadakan, Seminar bisa diadakan via sosmed, Seminar bisnis.

Pada table 1, hasil pengumpulan angket peserta karang taruna yang ikut serta dalam pelatihan video iklan menunjukkan tingkat kepuasan peserta terhadap pemateri/narasumber dan sajian materi. Nilai rata-rata kepuasan peserta adalah $1221/13 \times 100\% = 94\%$. Data kepuasan ini menunjukkan bahwa pentingnya pelatihan diadakan di tengah masyarakat tersebut sangat disukai dan dapat meningkatkan kemampuan karang taruna di desa Buncitan dalam bidang multimedia periklanan untuk promosi produk lokal UMKM Buncitan. Saran dan kritik dalam angket ini juga keinginan agar terus dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi-materi yang terbaru serta dibahas lebih mendalam lagi di era teknologi AI.

SIMPULAN

Desa Buncitan adalah salah satu desa yang terdapat pada Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo dengan luas wilayah 145,9 hektar, jumlah penduduk sebesar 4.976 jiwa atau sebanyak 1.981 KK (kepala keluarga), sebagai karyawan perusahaan swasta sebanyak 2.161 orang, dan sisanya UMKM. Pelatihan video iklan yang diadakan untuk pengabdian kepada masyarakat telah disambut antusias oleh karang taruna desa Buncitan dan memiliki kebermanfaatan, sebagai berikut:

- Menambah kemampuan masyarakat dalam pembuatan video iklan lebih modern dan praktis.

- Keingintahuan yang besar terhadap teknologi AI untuk diimplementasi pada pembuatan video.
- Meringankan bagi pemilik UMKM agar produk-produknya bisa dikenal kalayak umum di media sosial.
- Kepuasan peserta pelatihan dapat memicu semangat untuk berkreasi lebih bagus lagi dengan adanya layanan konsultasi via Whatsapp yang dibina oleh para dosen trainer secara akademis.

Saran dan kritik peserta pelatihan mengingikan agar pelatihan terus dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi-materi yang terbaru serta dibahas lebih mendalam lagi di era teknologi AI.

UCAPAN TERIMA KASIH

- Terima kasih pada Kabag P3KM Undika yang telah memberikan pendanaan internal PkM.
- Terima kasih pada Bapak Lurah Desa Buncitan Sedati Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Indirani, S. (2022). Peranan Karang Taruna Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Di Desa Matajang Kecamatan Kahu Kabupaten Bone. *Fakultas Ilmu Pendidikan*, 1–9.
- Rohmadiani, L. D., Tribhuwaneswari, A. B., & Nuurlaily, S. (2023). Sosialisasi Peran Aparat Desa Buncitan dalam Penyelenggaraan Penataan Ruang Sidoarjo. *Vol. 2 No. 1*, page 1–7.
- Suriyani, N. K. (2020). Penggunaan Model Pembelajaran Direct Instruction sebagai Upaya Meningkatkan Prestasi Belajar IPS. *Vol. 4 No. 3*, page 330–337.
- Fora, K. Y. (2022), Rancang Bangun Hologram Piramida 180° Menggunakan Virtualisasi 3D Sebagai Media Visual Multiview Bagi Museum. *Scroll*, Vol. 10 No. 1, page 7–13.
- Piskopani, A. M. (2023). Responsible AI and the Arts: The Ethical and Legal Implications of AI in the Arts and Creative Industries. *TAS'23*, No. 48, 1–5.