

## Video branding untuk promosi usaha mikro kecil menengah (UMKM)

Wahyuni Eka Sari<sup>1\*</sup>, Yulianto<sup>2</sup>, Eko Junirianto<sup>3</sup>, Annafi Franz<sup>4</sup>, Syafei Karim<sup>5</sup>, Ida Maratul Khamidah<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia, email: wahyunisari52@gmail.com

<sup>2</sup>Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia, email: yulianto.tile@gmail.com

<sup>3</sup>Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia, email: eko.ilkom@gmail.com

<sup>4</sup>Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia, email: annafi@gmail.com

<sup>5</sup>Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia, email: syfei.karim@gmail.com

<sup>6</sup>Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia, email: idakhamidah@politansamarinda.ac.id

\*Koresponden penulis

### Info Artikel

**Diajukan:** 22 Jul 2020

**Diterima:** 03 Nov 2020

**Diterbitkan:** 04 Des 2020

#### Keywords:

branding; business; micro; samarinda; video

#### Kata Kunci:

branding; bisnis; mikro; samarinda; video

#### Lisensi:

cc-by-sa

### Abstract

Nowadays, Branding or marketing share has evolved from creating images to video. The appropriate videos promotions can increase consumer interest in buying products. The suitable video can provide an positive image to consumers of a product or service. However, there are many obstacles in making interesting branding with video, such as the technique of taking pictures and creating an interesting storyline, the ability to package interesting videos such as editing sound and images, dubbing and then adding text. Solution for the problem, a community service program was carried out by the Politeknik Pertanian Negeri Samarinda to owners of micro, small and medium businesses (UMKM) in Samarinda. Implementation of this activity is carried out for a one-day workshop and then online mentoring for one week. The method of implementation is with lectures, practices, discussions and then questions and answers. This activity was attended by 30 participants. From 30 participants there were 28 participants who succeeded in making a video branding with a duration of 1 to 2 minutes.

### Abstrak

Branding atau pemasaran produk kini telah berkembang dari gambar statis ke video. Video promosi produk yang tepat dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk. Video yang tepat dapat memberikan citra yang mendalam ke konsumen dari suatu produk jasa maupun barang. Namun terdapat kendala dalam membuat branding menarik dengan video yaitu teknik mengambil gambar dan membuat alur cerita yang menarik, kemampuan mengemas video yang menarik seperti melakukan editing suara dan gambar, melakukan dubbing serta menambahkan teks. Sebagai solusi dari permasalahan ini, maka dilakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat oleh tim Politeknik Pertanian Negeri Samarinda kepada pemilik usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kota Samarinda. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama satu hari untuk tatap muka dengan pendampingan secara online selama satu minggu. Metode pelaksanaan dilakukan dengan ceramah, praktik, diskusi dan tanya jawab. Pengabdian secara intensif ini diberikan kepada 30 peserta. Sebanyak 28 peserta berhasil membuat video branding produk usaha dengan durasi 1 sampai 2 menit.

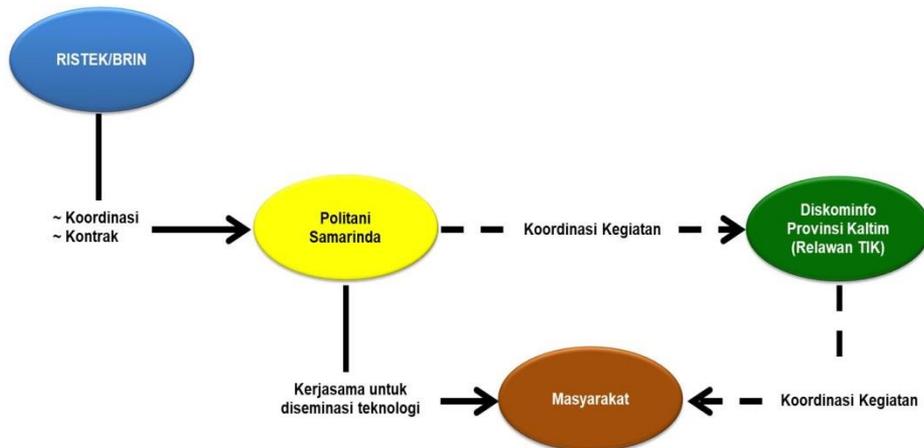
## PENDAHULUAN

*Branding* atau pemasaran produk saat ini telah tersedia dalam berbagai bentuk. Selain dalam bentuk tulisan dan gambar, kini dengan kemajuan teknologi, *branding* produk telah dibuat dalam video pendek. Sehingga mudah disebarluaskan melalui media sosial. Proses branding yang tepat dapat memudahkan suatu perusahaan dalam memasarkan produk atau layanannya. Demi mendukung penyampaian informasi yang lebih menarik dan mampu dipahami masyarakat secara cepat, maka dibutuhkan kemampuan-kemampuan dalam hal mengemas teks, gambar dan video secara praktis.

Pemasaran produk dengan video dapat meningkatkan minat konsumen terhadap suatu layanan jasa atau barang karena konsumen dapat memahami fungsi dari produk melalui alur cerita video. Sehingga branding produk dengan video ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan tersebut. *Branding* produk menggunakan video digunakan pada berbagai bidang antara lain: promosi produk kerupuk Amplang (Watulinga et al., 2017), video pembelajaran (Fauzan & Rahdiyanta, 2017) dan (Mutia et al., 2018), pelatihan instalasi listrik (Febrianto et al., 2020), promosi film (Permana et al., 2018) dan produksi film (Permana et al., 2019), promosi event organizer (Purwana, 2016), video profil SMP IT (Ahmad Zamsuri et al., 2018).

Video sendiri dapat terdiri dari berbagai macam jenis, ada video animasi, video dokumenter, video pembelajaran dan lainnya. Namun terdapat kendala dalam membuat branding menarik dengan video yaitu kemampuan dalam mengambil video (*shooting*) yang tepat, kemampuan memisahkan gambar video dengan suara dari video, kemampuan mengemas video yang menarik seperti melakukan *editing* suara dan gambar, melakukan *dubbing* serta menambahkan teks. Kendala lain yang dihadapi adalah teknik membuat alur cerita yang menarik sehingga pesan dari *branding* dapat mudah diterima oleh masyarakat luas.

Kendala ini yang dihadapi masyarakat (mitra) melalui Relawan Teknologi dan Informasi Kalimantan Timur (Relawan TIK Kaltim) yang merupakan organisasi non-profit binaan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kaltim (Diskominfo Provinsi Kaltim). Organisasi ini berlokasi di kantor Diskominfo Provinsi Kaltim di Jalan Basuki Rahmat, Samarinda. Pada pengabdian ini, kelompok masyarakat yang dituju adalah pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berikut ini gambaran kemitraan Politeknik Pertanian Negeri Samarinda dengan mitra pengabdian dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan Produk Teknologi Yang Didiseminasikan Ke Masyarakat

Berdasarkan Gambar 1, Politani Samarinda dibawah naungan Ristekbrin melakukan koordinasi dengan Diskominfo Provinsi Kaltim yang diwakili oleh Relawan TIK Kaltim untuk memberikan pelatihan ke masyarakat. Pada pengabdian masyarakat ini dilakukan pembuatan video yang mendeskripsikan produk layanan jasa pada salah satu UMKM yaitu Klinik Apple di Samarinda. Permasalahan mitra yaitu kesulitan dalam mengambil gambar/shooting dan mengedit video agar video mudah menarik minat konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, ditawarkan solusi antara lain: 1. Pengenalan aplikasi untuk *editing* gambar dalam bentuk presentasi 2. Pengenalan aplikasi untuk *editing* video dalam bentuk presentasi 3. Pelatihan mendesain banner/spanduk untuk menampilkan informasi kegiatan agar lebih menarik menggunakan aplikasi Adobe Photoshop 4. Pelatihan *editing* video menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro 5. Evaluasi kemampuan peserta pelatihan dengan pengujian *skill*/kemampuan dalam *editing* gambar dan *editing* video.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan dengan mengadakan Pelatihan Video Grafis untuk *Smart Branding* di kota Samarinda kepada masyarakat yang merupakan pelaku UMKM. Pemberian materi dilakukan dalam ruangan yang dibagi menjadi 2 sesi. Materi pada sesi pertama untuk pengenalan aplikasi editing foto dan teknik-teknik dalam proses editing foto, materi pada sesi kedua praktek mengambil gambar untuk video, membuat alur cerita dan mengedit video. Hasil pelatihan yang diperoleh dapat meningkatkan *skill* dan pengetahuan Mitra tentang desain grafis dalam proses pembelajaran selanjutnya. Berikut ini pada Tabel 1 uraian permasalahan mitra dan solusi yang diberikan oleh tim pengabdian Politani Samarinda serta metode yang digunakan.

Tabel 1. Permasalahan, Solusi dan Metode Pengabdian

No.	Permasalahan mitra	Solusi	Metode
1	Mitra kesulitan menyampaikan informasi dalam spanduk/banner terkait kegiatan yang dilakukan karena kurangnya kemampuan dalam <i>editing</i> gambar	Memberikan pelatihan membuat banner menggunakan aplikasi Adobe Photoshop	Presentasi, praktek, diskusi
2	Mitra belum mampu memodifikasi gambar agar menarik dan mudah dipahami oleh warga	Memberikan pelatihan menggambar dan <i>editing</i> gambar serta obyek menggunakan Adobe Photoshop	Presentasi, praktek, diskusi
3	Mitra belum mampu membuat dokumentasi hasil kegiatan untuk publikasi dalam bentuk video	Memberikan pelatihan <i>editing</i> video hasil kegiatan menggunakan aplikasi Adobe Premiere	Presentasi, praktek, diskusi

### 1. Presentasi

Langkah awal dalam desain banner atau poster, narasumber akan memperkenalkan kebutuhan aplikasi yang akan digunakan oleh peserta. Narasumber juga akan menjelaskan spesifikasi minimum perangkat keras yang dapat digunakan untuk melakukan proses *editing* gambar dan *editing* video. Setelah peserta memahami persiapan awal maka kegiatan dilanjutkan dengan presentasi materi pembuatan banner dan poster serta *editing* video.

### 2. Praktik

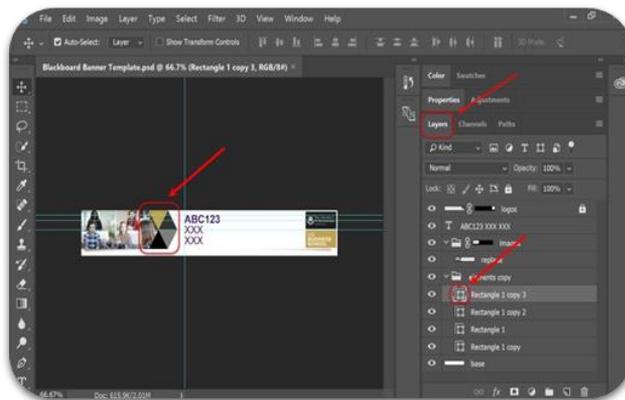
Narasumber menggunakan teknik pengerjaan secara langsung atau praktek pembuatan desain banner dan poster serta *editing* video dalam kegiatan pengabdian ini. Narasumber terlibat langsung mempraktek cara menggambar objek, mewarnai objek, memotong *scene* untuk video dan teknik-teknik lainnya. Setiap peserta akan didampingi oleh beberapa mahasiswa dan anggota pengusul 1 serta anggota pengusul 2. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah membekali peserta dengan pengetahuan tentang desain grafis dan *editing* video dalam bentuk kegiatan pelatihan bagi pelatih (*Training of Trainee – TOT*). Sehingga diharapkan peserta yang dilatih dapat memberikan ilmunya ke lapisan masyarakat yang lebih luas.

### 3. Alat dan Bahan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini membutuhkan alat dan bahan antara lain: Kebutuhan perangkat keras yaitu *Personal computer* 30, Media penyimpanan data sebanyak 30, Media multimedia untuk menggambar sebanyak 30. Kebutuhan perangkat lunak: Aplikasi Adobe Photoshop untuk *editing* gambar terdapat pada Gambar 3, Aplikasi Adobe Premiere untuk *editing* video terdapat pada Gambar 2. Pelaksanaan pengabdian juga membutuhkan LCD Proyektor, *microphone* dan *sound system*.



Gambar 2. Tampilan Aplikasi Adobe Premiere



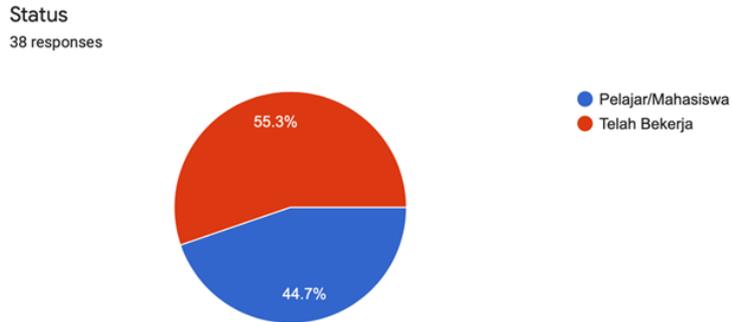
Gambar 3. Tampilan Aplikasi Adobe Photoshop

#### 4. Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Ruang Kudungga, Diskominfo Provinsi Kalimantan Timur pada tanggal 15 Januari 2020. Pada jam 07.30 - 16.30 WITE.

#### 5. Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh dosen dan perwakilan mahasiswa program Studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak Politeknik Pertanian Negeri Samarinda. Peserta yang hadir dari UMKM bidang jasa servis *smartphone* dan komputer, produk makanan dan minuman, produk tenun. Rentang usia peserta adalah 45 tahun sampai dengan yang termuda 17 tahun. Status pekerjaan peserta antara lain: wirausaha, pustakawan, pegawai negeri sipil, pelajar. Pendaftaran dilakukan melalui Google Form (Sari, 2020). Berikut ini grafik pendaftaran peserta berdasarkan status pekerjaan pada Gambar 4.



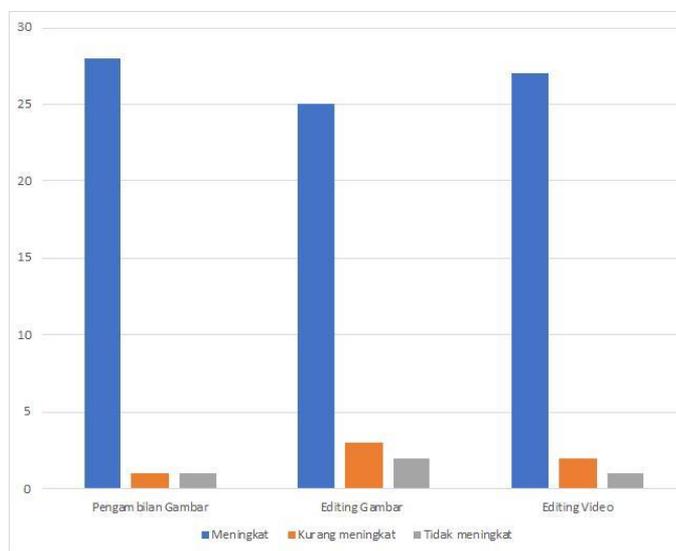
Gambar 4. Grafik Status Pekerjaan Peserta Pelatihan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini merupakan program tahunan dari Politani Samarinda sebagai salah satu sarana agar terciptanya Tri Dharma Pendidikan Tinggi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain:

1. Tingkat kehadiran dan partisipasi peserta sekitar 75%. Dari sejumlah 38 peserta yang mendaftar pada Google Form (Sari, 2020), terdapat 30 peserta yang hadir.
2. Berdasarkan wawancara kepada peserta, meningkatnya **kemampuan pengambilan gambar** dan video 28 peserta dari 30 peserta.
3. Sebanyak 25 peserta merasakan **kemampuan dalam editing gambar** di aplikasi adobe photoshop meningkat.
4. Sebanyak 27 peserta merasakan **kemampuan dalam editing video** meningkat.

Hasil yang diperoleh berdasarkan survei kepada peserta pelatihan seminggu setelah pelaksanaan. Grafik hasil survei ditampilkan pada Gambar 5.



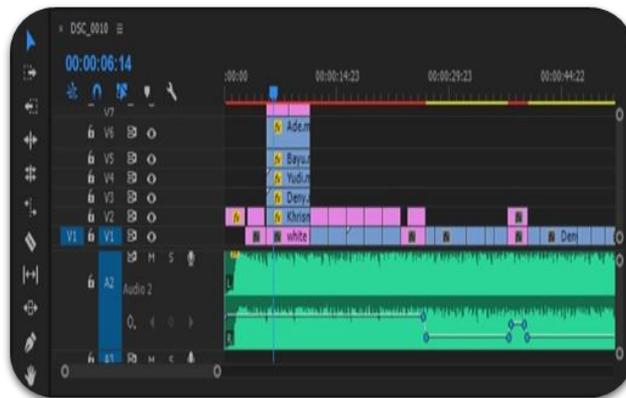
Gambar 5. Grafik Hasil Survey Pelatihan

Kegiatan workshop diadakan selama satu hari. Kemudian dilakukan pendampingan selama satu minggu setelah *workshop* oleh pemateri. Peserta mendapatkan fasilitas berupa modul pelatihan. Peserta tergabung kedalam grup *whatsapp* untuk mempermudah konsultasi pelatihan. Pelatihan dibagi menjadi beberapa tahapan. Hal ini agar mempermudah peserta dalam menyerap materi pembelajaran. Pada Tabel 2 dijelaskan alur beserta durasi waktu kegiatan.

**Tabel 2.** Daftar Kegiatan Pelatihan

No.	Judul Kegiatan	Waktu (menit)
1	Pentingnya video <i>branding</i>	15
2	Instalasi aplikasi untuk <i>editing</i> video	30
3	Mengambil video dan gambar	30
4	Membuat alur cerita video	20
5	Memasukkan video dan gambar ke jendela editor	10
6	Memisahkan video dengan suara	30
7	Memotong klik video	60
8	Memasukkan <i>backsound</i> yang ke dalam video	30
9	Menambahkan gambar dan tulisan ke dalam video	20
10	Mengekspor video ke dalam format mp4	30
<b>Total waktu</b>		<b>275 menit</b>

Berdasarkan Tabel 2, total waktu yang dibutuhkan selama *workshop* adalah 275 menit atau sekitar 4.58 jam dan untuk pendampingan secara *online* selama satu minggu dibutuhkan waktu rata-rata 4 jam perhari. Pada Gambar 6 dijelaskan cuplikan proses *editing* video.



**Gambar 6.** Proses Editing Video

Pada Gambar 6 proses *editing* yang dilakukan adalah menambahkan tulisan ke *timeline* video. Pada gambar tanda merah adalah *text* yang sudah kita masukkan ke dalam jendela *timeline*. Selanjutnya, peserta memasukkan gambar ke dalam *timeline* agar dalam video nanti bisa digunakan sebagai gambar *intro*, *watermark*. Caranya sama seperti ketika ingin mengedit video, yaitu masukkan gambar ke dalam jendela *source*, setelah dari jendela *source* peserta dapat melakukan *drag and drop* ke jendela *timeline*.



Gambar 7. Hasil Akhir Video

Berdasarkan Gambar 7, video yang dihasilkan adalah video promosi usaha jasa servis *smartphone* dengan durasi 1 menit 59 detik. Hasil akhir dari video UMKM siap dimuat melalui akun Instagram milik Klinik Apple Samarinda. Selanjutnya pada Gambar 8 adalah foto hasil kegiatan pengabdian.



Gambar 8. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Hasil kegiatan juga dimuat pada media cetak dan online Samarinda Pos (Pos, 2020). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terdapat beberapa kendala, antara lain: spesifikasi komputer peserta yang berbeda-beda sehingga terdapat kendala ketika proses instalasi dan koneksi internet yang kurang stabil. Panitia pengabdian masyarakat yaitu Politeknik Pertanian Negeri Samarinda memberikan solusi berupa komputer kepada peserta dan menyediakan internet gratis kepada peserta.

## KESIMPULAN

Kegiatan Video Branding Untuk Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda mendapat respon positif dari semua pihak sehingga dalam kegiatannya dapat dilaksanakan sesuai jadwal yang sudah disepakati. Pengabdian pada masyarakat ini cukup berhasil dilakukan

dengan kehadiran mencapai 75% dan 90% peserta merasakan kemampuan *editing* gambar dan video meningkat. Produk yang dihasilkan dari pengabdian ini dapat langsung disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram atau facebook. Adapun saran bagi berlangsungnya kegiatan ini adalah meningkatkan *skill* teknik pengambilan video dengan melakukan pengambilan video secara berulang dan mengeksplor kemampuan *editing* video dengan aplikasi lain sehingga terbiasa melakukan *editing* video pada berbagai tampilan aplikasi *editing* video.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Program Pengabdian Masyarakat Kemitraan Mandiri 2019 dari Politeknik Pertanian Negeri Samarinda.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Zamsuri, Wenni Syafitri, & Febrizal As-Syam. (2018). Pelatihan Video Editing Di Smp It Madani. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 310–314. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v2i2.2984>
- Fauzan, M. A., & Rahdiyanta, D. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video pada Teori Pemesinan Frais. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.21831/dinamika.v2i2.15994>
- Febrianto, G., Sulton, S., & Praherdiono, H. (2020). Pengembangan Media Video Pembelajaran untuk Pelatihan Instalasi Tenaga Listrik. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(2), 149–157. <https://doi.org/10.17977/um038v3i22020p149>
- Mutia, R., Adlim, A., & Halim, A. (2018). Pengembangan Video Pembelajaran IPA pada Materi Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 5(2), 110–116. <https://doi.org/10.24815/jpsi.v5i2.9825>
- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2018). Strategi Promosi Pada Tahapan Pra-Produksi Film 'Haji Asrama' (HAS). *ProTVF*, 2(2), 145–156. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20818>
- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2019). Pelatihan Post-Produksi (Audio-Visual Editing) Film Indie di Armidale English College Soreang, Bandung. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.30653/002.201941.88>
- Pos, S. (2020). *Dosen Politani Samarinda Latih Video Editing*.
- Purwana, D. (2016). Pelatihan Berwirausaha Edit Video Shooting Dan Event Organizer Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna Di Sukabumi Jawa Barat. *Jurnal Sarwahita*, 13(1), 49–56. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.131.08>
- Sari, W. E. (2020). *Formulir Pendaftaran Pelatihan Video Grafis 2020*.
- Watulinga, A. O., Ugiarto, M., & Cahyono, B. (2017). Pembuatan Media Video Profil pada Perusahaan Amplang sebagai Media Pengenalan Produk. *Jurti*, 1(1), 48–52. <https://doi.org/10.30872/jurti.v1i1.639>