

PELATIHAN VIDEOGRAFI UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS SDM UMKM DI DESA GUNUNG PUTRI

**Bambang Wardoyo¹, Moch. Sarif Hasyim², Don Gusti Rao³, Adi Masliardi⁴, Doni
Mardiyanto⁵, Calvin Pradigta⁶, Tasya Chaerani⁷**

Politeknik Ketenagakerjaan^{1,2,3,4,5,6,7}

E-mail: bambang@polteknaker.ac.id¹, sarif@polteknaker.ac.id², dongusti@polteknaker.ac.id³,
adimasliardi@polteknaker.ac.id⁴, donimardiyanto@polteknaker.ac.id⁵,
calvin.pradigta@student.polteknaker.ac.id⁶, tasya.chaerani@student.polteknaker.ac.id⁷

Abstract

This community service activity was carried out in Gunung Putri Village, Bogor Regency, with the aim of increasing the digital capacity of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through videography training. A total of 25 MSME players participated in the two-day training which included a basic introduction to videography, practice in making promotional videos, and presentation of the participants' work. The training method was conducted in a participatory manner through a combination of theoretical material, technical demonstrations, and hands-on practice. The results of the activity showed that participants were able to produce product promotion videos that were creative, informative, and in accordance with the characteristics of their respective businesses. Documentation of the activity shows the high enthusiasm of the participants, which reflects the need and interest in digital marketing skills. Despite obstacles such as limited tools and limited training time, this activity had a positive impact on improving the digital skills of MSME players, especially in the aspects of branding and promotion. This training is the first step in supporting the digital transformation of local MSMEs to expand market access and improve competitiveness in the digital economy era.

Keywords: *community service, MSMEs, videography, digital promotion, Gunung Putri Village*

PENDAHULUAN

Desa Gunung Putri merupakan salah satu desa yang berada di wilayah administratif Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Desa ini memiliki peranan penting dalam dinamika sosial dan ekonomi masyarakat sekitar, khususnya dalam pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Secara geografis, Desa Gunung Putri terletak di dataran rendah dengan ketinggian antara 42 hingga 130 meter di atas permukaan laut. Wilayah ini diapit oleh dua sungai besar, yaitu Sungai Cikeas di sebelah barat dan Sungai Cileungsi di sebelah timur, yang bertemu di bagian utara wilayah Bojongkulur membentuk Sungai Bekasi. Letak geografis ini menjadikan Desa Gunung Putri memiliki karakteristik lingkungan yang

mendukung bagi pertanian, perdagangan, dan pengembangan kawasan permukiman. Luas wilayah Desa Gunung Putri tercatat sekitar 3,09 km², dengan jumlah penduduk mencapai kurang lebih 20.022 jiwa per pertengahan tahun 2023. Tingginya kepadatan penduduk di desa ini menunjukkan aktivitas sosial dan ekonomi yang dinamis, dengan dominasi penduduk usia produktif yang menjadi potensi besar dalam pengembangan desa berbasis ekonomi lokal.

Secara administratif, Desa Gunung Putri memiliki kantor desa yang berlokasi di Jalan Raya Gunungputri No. 91, dan merupakan pusat pelayanan masyarakat serta kegiatan pemerintahan desa. Pemerintah Desa Gunung Putri aktif mengembangkan program-program pemberdayaan masyarakat, termasuk dalam bidang kewirausahaan, pendidikan, dan digitalisasi layanan publik. Desa ini juga dikenal sebagai salah satu contoh desa digital di Kabupaten Bogor, dengan fasilitas infrastruktur teknologi informasi yang memadai, termasuk adanya *Base Transceiver Station* (BTS) yang dikelola oleh pemerintah desa sendiri.

Dalam aspek perekonomian, masyarakat Desa Gunung Putri banyak yang bergerak di sektor UMKM. Produk-produk unggulan dari desa ini meliputi makanan ringan, minuman herbal, kerajinan tangan, dan produk kreatif seperti batik *eco-printing*. Pemerintah desa secara aktif menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan tinggi, termasuk Politeknik Ketenagakerjaan, dalam rangka peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan, seperti pelatihan videografi untuk promosi produk digital. Desa Gunung Putri memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai pusat ekonomi kerakyatan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dukungan infrastruktur, sumber daya manusia, dan sinergi dengan lembaga eksternal menjadi kekuatan utama desa ini dalam membangun masa depan yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Dalam mendukung pengembangan UMKM, teknologi informasi menjadi kunci. Program pengabdian ini dilatarbelakangi oleh perlunya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital, khususnya videografi, untuk mendukung branding dan pemasaran produk. Pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan untuk memasarkan produknya secara efektif di tengah persaingan yang ketat. Penggunaan media digital menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan pemasaran. Salah satu pendekatan yang semakin relevan dan mudah diakses adalah melalui konten videografi.

Menurut Arsyad (2011), videografi adalah teknik perekaman dan penyusunan gambar bergerak (video) yang dikombinasikan dengan unsur audio untuk menyampaikan informasi atau pesan tertentu secara visual. Dalam konteks pendidikan dan pelatihan, videografi dipandang sebagai media pembelajaran yang mampu meningkatkan pemahaman dan ketertarikan peserta.

Senada dengan itu, Sutopo (2002) menyatakan bahwa videografi tidak hanya mencakup proses perekaman gambar, tetapi juga mencakup pengolahan konten, penyusunan narasi visual, dan Kotler dan Keller (2016) menekankan pentingnya media visual dalam strategi pemasaran modern. Konten video dinilai mampu membangkitkan emosi, menjelaskan fitur produk dengan jelas, dan menciptakan pengalaman yang lebih interaktif bagi konsumen.

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2020), salah satu tantangan utama UMKM di era digital adalah kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi, termasuk dalam hal pemasaran digital. Videografi dipandang sebagai solusi strategis untuk meningkatkan kapasitas promosi UMKM karena bersifat low-cost, mudah diakses, dan sangat efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform media sosial. Penelitian oleh Sari dan Pratama (2022) juga menunjukkan bahwa pelatihan videografi mampu meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM, khususnya dalam pembuatan konten promosi produk. Peserta pelatihan yang sebelumnya tidak memiliki pengetahuan dasar tentang video, setelah pelatihan mampu menghasilkan video produk yang meningkatkan daya tarik dan penjualan. Penguasaan prinsip-prinsip ini menjadi penting dalam pelatihan videografi, khususnya bagi pelaku UMKM yang ingin memproduksi konten promosi sendiri dengan hasil yang efektif. Pelatihan videografi berbasis Canva menjadi solusi strategis untuk memberdayakan UMKM dalam menciptakan konten visual yang menarik untuk promosi produk. Aplikasi Canva, sebagai platform desain grafis daring yang populer, kini menyediakan fitur video editing yang intuitif dan mudah digunakan oleh siapa pun, termasuk pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain atau produksi video.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk membekali peserta dengan keterampilan membuat video promosi yang menarik guna mendukung daya saing produk lokal. Kegiatan ini juga bermanfaat dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM khususnya dalam pemanfaatan aplikasi Canva. Kegiatan ini juga membantu membekali peserta dengan keterampilan dasar membuat konten video promosi produk menggunakan Canva dan juga untuk meningkatkan kemampuan branding produk lokal melalui media sosial dan platform digital lainnya. Tujuan lainnya adalah memfasilitasi pembuatan video sederhana namun profesional sebagai media pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung, yang bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk promosi produk melalui pembuatan video menggunakan

aplikasi Canva. Metode pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahap, yaitu pra-kegiatan, pelaksanaan, dan pasca-kegiatan.

1. Tahap Pra-Kegiatan

Tahapan awal dilakukan dengan koordinasi bersama perangkat Desa Gunung Putri serta identifikasi kebutuhan peserta pelatihan. Tim pengabdian melakukan survei awal untuk memahami tingkat literasi digital peserta dan kesiapan alat yang dimiliki. Selanjutnya dilakukan persiapan materi pelatihan, desain modul, dan pembuatan akun Canva (gratis) bagi peserta yang belum memiliki akses. Selain itu, dilakukan sosialisasi kegiatan kepada calon peserta, yaitu para pelaku UMKM binaan Desa Gunung Putri, serta penjadwalan pelatihan selama dua hari melalui undangan resmi dari pemerintah desa.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan selama dua hari pada tanggal 21–22 Mei 2024, bertempat di Aula Kantor Desa Gunung Putri. Kegiatan diikuti oleh 25 pelaku UMKM dari berbagai sektor seperti makanan ringan, kerajinan, dan minuman herbal.

Metode penyampaian materi disusun secara interaktif dan aplikatif, yang meliputi:

a. Sesi 1: Pengenalan Konsep Video Marketing

Penjelasan pentingnya konten video dalam pemasaran digital, jenis-jenis video promosi, dan contoh implementasi oleh UMKM.

b. Sesi 2: Pengenalan dan Penggunaan Canva

Peserta dipandu untuk membuat akun Canva, memilih template video, menambahkan elemen visual (foto, teks, musik), dan menyesuaikannya dengan produk masing-masing.

c. Sesi 3: Praktik Pembuatan Video Produk

Peserta membentuk kelompok kecil untuk memproduksi video promosi berdurasi 30–60 detik dengan produk nyata yang mereka bawa.

d. Sesi 4: Presentasi dan Umpan Balik

Hasil video yang dibuat peserta dipresentasikan dan diberikan umpan balik langsung oleh fasilitator untuk penyempurnaan.

Selama pelatihan, tim pelaksana juga menyediakan pendampingan teknis dan simulasi unggah video ke media sosial (Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok).

3. Tahap Pasca-Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan mengamati kualitas video yang dihasilkan peserta, keterlibatan selama pelatihan, dan respons terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, peserta diberikan kuesioner sederhana untuk mengukur pemahaman dan kepuasan terhadap pelatihan.

Tim PkM juga memberikan rekomendasi untuk tindak lanjut kegiatan, antara lain:

- a. Pembentukan komunitas konten kreator UMKM desa
- b. Pendampingan branding digital lanjutan
- c. Pelatihan manajemen media sosial

Materi disampaikan secara interaktif dan peserta dilibatkan aktif dalam praktik pembuatan video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan videografi yang diikuti oleh 25 pelaku UMKM berlangsung selama dua hari dengan agenda yang terstruktur dan fokus pada pengembangan keterampilan praktis. Hari pertama pelatihan dimulai dengan sesi pengenalan dasar videografi yang meliputi pemahaman komponen-komponen utama dalam pembuatan video, seperti pengaturan kamera, pencahayaan, framing, serta teknik dasar pengambilan gambar yang efektif. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan prinsip storytelling dalam video promosi produk untuk meningkatkan daya tarik dan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Setelah sesi teori, peserta langsung diarahkan untuk praktik pembuatan video secara kelompok. Praktik ini dilakukan menggunakan perangkat sederhana yang dimiliki peserta atau disediakan oleh panitia. Dalam proses praktik, peserta belajar mengaplikasikan teori dengan mengatur *setting* kamera, menentukan sudut pengambilan gambar, dan merekam produk mereka sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Interaksi antara instruktur dan peserta selama praktik sangat intensif, dimana instruktur memberikan arahan dan koreksi langsung untuk memperbaiki kualitas pengambilan gambar dan pengaturan visual.

Pada hari kedua, peserta melakukan pemaparan hasil video yang telah mereka buat. Setiap kelompok menampilkan video promosi produk dengan durasi singkat namun efektif dalam menyampaikan keunggulan dan nilai jual produk. Hasil video menunjukkan kreativitas peserta dalam menyusun konten, penggunaan teknik pengambilan gambar yang variatif, serta penggabungan elemen-elemen visual yang menarik, seperti teks informasi produk dan musik latar yang sesuai. Hal ini menandakan keberhasilan pelatihan dalam mentransfer pengetahuan teknis dan membangun kemampuan *storytelling* digital bagi pelaku UMKM. Selama kegiatan, para peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terlihat dari keaktifan mereka dalam bertanya, diskusi, serta

semangat untuk bereksperimen dengan teknik videografi. Antusiasme ini mencerminkan motivasi yang kuat dari peserta untuk meningkatkan kemampuan digital mereka demi mendukung upaya pemasaran produk di era digital yang semakin kompetitif.

Pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM, khususnya dalam pembuatan konten video sebagai media promosi yang strategis. Penggunaan video sebagai alat pemasaran dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun citra merek yang lebih profesional dan menarik bagi konsumen. Selain itu, keterampilan yang diperoleh juga membuka peluang bagi peserta untuk mengelola konten pemasaran secara mandiri, sehingga mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga dan menekan biaya promosi.

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi selama pelatihan. Pertama, keterbatasan alat videografi menjadi kendala signifikan, karena sebagian besar peserta menggunakan perangkat yang sederhana dan tidak sepenuhnya memadai untuk menghasilkan kualitas video yang optimal. Hal ini memengaruhi aspek teknis video seperti pencahayaan, ketajaman gambar, dan kestabilan rekaman. Kedua, durasi pelatihan yang hanya dua hari dirasakan kurang cukup untuk menguasai seluruh aspek videografi secara mendalam, terutama untuk materi *editing* dan penyempurnaan video yang memerlukan waktu dan praktik lebih banyak. Ketiga, waktu yang terbatas juga membatasi kesempatan bagi peserta untuk melakukan revisi dan perbaikan video berdasarkan masukan instruktur.

Meskipun demikian, pelatihan ini tetap menjadi langkah awal yang sangat positif dalam membangun kapasitas digital pelaku UMKM. Kegiatan ini tidak hanya menambah wawasan dan keterampilan teknis, tetapi juga memotivasi peserta untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuan mereka secara mandiri. Dengan adanya tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan, penyediaan fasilitas yang lebih memadai, serta pendampingan secara berkala, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing produk dan memperluas pangsa pasar.

Secara keseluruhan, hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan digital melalui pelatihan videografi sangat relevan dan efektif dalam mendukung pengembangan UMKM di era digital saat ini. Program pengabdian masyarakat ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM sekaligus memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dengan masyarakat dalam mendorong pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan videografi yang diikuti oleh 25 pelaku UMKM selama dua hari berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat video promosi produk yang kreatif dan menarik. Peserta mampu memahami konsep dasar videografi, mengaplikasikan teknik pengambilan gambar, serta menyusun video yang efektif sebagai alat pemasaran digital. Antusiasme peserta selama pelatihan menunjukkan motivasi tinggi untuk mengembangkan keterampilan digital demi mendukung peningkatan daya saing produk mereka. Meskipun terdapat kendala berupa keterbatasan alat dan waktu pelatihan yang singkat, kegiatan ini tetap memberikan dampak positif sebagai langkah awal dalam pemberdayaan digital pelaku UMKM. Secara keseluruhan, pelatihan ini memperkuat kapasitas digital UMKM dan membuka peluang peningkatan pemasaran produk melalui media digital.

Peningkatan fasilitas dan alat pendukung disarankan untuk menyediakan perangkat videografi yang lebih memadai dan modern agar kualitas video hasil pelatihan dapat lebih optimal dan profesional. Durasi pelatihan sebaiknya diperpanjang untuk memberikan kesempatan peserta belajar lebih mendalam, terutama pada aspek *editing* video dan penyempurnaan konten. Pelatihan lanjutan dan pendampingan perlu terus dijalankan. Dengan mengadakan sesi pelatihan lanjutan serta pendampingan secara berkala untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis dan meningkatkan kemampuan secara berkelanjutan. Selain itu diharapkan dalam hal materi pelatihan perlu adanya pengembangan modul yang komprehensif yakni dengan menyusun modul pelatihan yang lebih lengkap dan sistematis, meliputi teknik pengambilan gambar, *editing*, *storytelling*, hingga strategi pemasaran digital agar peserta mendapatkan pemahaman menyeluruh. Dan hal lainnya yang perlu di terus dilakukan adalah terus berkolaborasi dengan pihak terkait, terus mendorong kerjasama antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha untuk mendukung pengembangan kapasitas digital UMKM secara terpadu dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Brown, B. (2016). *The visual storytelling guide: Principles and practices for effective video communication*. New York: Visual Media Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2020). *Laporan tahunan pemberdayaan UMKM*. Jakarta: Kemenkop UKM.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sari, D. P., & Pratama, A. R. (2022). Pelatihan videografi sebagai strategi pemberdayaan UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital Kreatif*, 3(1), 45–53.
- Sutopo, H. B. (2002). *Pengantar analisis data kualitatif untuk penelitian ilmu-ilmu sosial*. Surakarta: UNS Press.

LAMPIRAN

Dokumentasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

