

PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM DENGAN SMARTPHONE DI DESA PENGKOK, KECAMATAN PATUK, KABUPATEN GUNUNGGIDUL

Yulianto Pudji Winarno¹, Suldja Hartono², Rosita Christiningrum³

Universitas Cendekia Mitra Indonesia

yuliantopuji@stiemitra.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pengkok Village, Patuk District, Gunungkidul Regency face obstacles in product marketing, especially in making attractive promotional materials. The products marketed are often less visually attractive, even though they have good quality. To overcome this problem, community service activities are carried out by providing training in making promotional videos using smartphones. This training includes an introduction to camera features, shooting techniques, and the video editing process to increase product appeal in the digital market. In addition, mentoring is provided so that participants can apply the skills they have acquired optimally. The results of the activity show that participants are able to understand promotional video production techniques and use them as a marketing strategy. With this training, it is hoped that MSME products in Pengkok Village will be more competitive and have higher competitiveness in the market.

Keywords: UMKM, promotional video, smartphone, digital marketing, training

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul menghadapi kendala dalam pemasaran produk, terutama dalam pembuatan materi promosi yang menarik. Produk yang dipasarkan sering kali kurang menarik secara visual, meskipun memiliki kualitas yang baik. Untuk mengatasi permasalahan ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan memberikan pelatihan pembuatan video promosi menggunakan smartphone. Pelatihan ini mencakup pengenalan fitur kamera, teknik pengambilan gambar, serta proses penyuntingan video untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar digital. Selain itu, diberikan pendampingan agar peserta dapat menerapkan keterampilan yang diperoleh secara optimal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami teknik produksi video promosi dan menggunakannya sebagai strategi pemasaran. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan produk UMKM Desa Pengkok lebih kompetitif dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar.

Kata kunci: UMKM, video promosi, smartphone, pemasaran digital, pelatihan

PENDAHULUAN

Desa Pengkok, Kecamatan Pathuk, Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan salah satu wilayah yang memiliki kondisi geografis berbukit dengan luas wilayah mencapai 4,59 km². Berdasarkan data tahun 2015, jumlah penduduk di desa ini mencapai 3.140 jiwa, dengan 638 di antaranya masih belum memiliki pekerjaan tetap. Dengan jumlah penduduk yang cukup besar dan kondisi

geografis yang menantang, masyarakat Desa Pengkok perlu mendapatkan pendampingan dalam berbagai aspek, terutama dalam peningkatan kualitas pendidikan dan keterampilan.

Salah satu sektor yang berpotensi besar untuk dikembangkan di Desa Pengkok adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sebelumnya, telah dilakukan berbagai program pendampingan di Kecamatan Pathuk, khususnya bagi pelaku UMKM, untuk meningkatkan pemasaran produk mereka melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Hasil dari pendampingan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasarannya mengalami peningkatan jangkauan pasar dan penjualan produk secara signifikan.

Salah satu metode pemasaran yang terbukti efektif dalam era digital saat ini adalah pembuatan video promosi. Video promosi memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi produk secara menarik dan mudah dipahami oleh calon konsumen. Melalui video, pelaku UMKM dapat menampilkan keunggulan produk mereka, proses pembuatan, serta cerita di balik produk yang mereka tawarkan. Namun, dalam pembuatan video promosi, terdapat beberapa aspek teknis yang perlu diperhatikan, seperti pencahayaan, kontras, fokus, perspektif, warna, serta kualitas audio dan visual. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap aspek-aspek ini sering kali menyebabkan hasil video promosi mereka kurang menarik, sehingga tidak efektif dalam menarik perhatian konsumen.

Untuk mengatasi kendala tersebut, akan diadakan Pelatihan Pembuatan Video Menggunakan *Smartphone* sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Pengkok, Kecamatan Pathuk, Kabupaten Gunung Kidul. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan kepada para pelaku UMKM agar mereka dapat secara mandiri membuat video promosi yang menarik dan profesional dengan menggunakan peralatan yang mereka miliki, yaitu *Smartphone*.

Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam pembuatan video promosi, tetapi juga diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka melalui platform digital. Dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal, diharapkan produk UMKM Desa Pengkok dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan perekonomian masyarakat setempat.

METODE PELAKSANAAN

1. Identifikasi Permasalahan

Desa Pengkok, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbagai produk lokal telah dihasilkan oleh masyarakat, mulai dari makanan olahan, kerajinan tangan, hingga produk khas daerah lainnya. Namun, permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di desa ini adalah kurangnya pengelolaan yang optimal dalam aspek pemasaran.

2. Proses Penyelesaian Permasalahan

Untuk mengatasi permasalahan pemasaran produk UMKM di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, pendekatan yang dilakukan melibatkan penyediaan peralatan, pelatihan keterampilan, dan pendampingan dalam pembuatan video promosi menggunakan *smartphone*.

3. Produk Pengabdian

Hasil atau produk dari kegiatan pengabdian ini berupa data perkembangan produk UMKM di Desa Pengkok sebelum dan sesudah pelatihan, khususnya dalam

bentuk video promosi dan kemasan produk yang akan dipasarkan. Sebelum pelatihan, data yang dikumpulkan mencakup kondisi awal pemasaran produk UMKM, termasuk kualitas visual kemasan, strategi pemasaran yang telah diterapkan, serta keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi.

4. Manajemen Pelaksanaan

Pelatihan Pembuatan Video Promosi Produk UMKM dengan Smartphone di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul dapat dilakukan secara tatap muka secara langsung agar peserta mendapatkan pengalaman praktik yang lebih optimal. Kegiatan diawali dengan sesi pengenalan peralatan, di mana peserta diperkenalkan dengan berbagai fitur yang tersedia pada kamera smartphone yang mereka gunakan. Sesi ini mencakup pemahaman tentang pengaturan kamera, pencahayaan, resolusi video, serta fitur tambahan seperti stabilisasi gambar dan mode video yang dapat mendukung pembuatan video promosi yang lebih profesional.

Jadwal Kegiatan

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Koordinasi dengan pihak desa dan UMKM	√			
2	Survei dan identifikasi kebutuhan pelatihan	√			
3	Penyusunan modul dan materi pelatihan	√	√		
4	Persiapan peralatan dan aplikasi pendukung	√	√		
5	Pelaksanaan pelatihan teori (pengenalan fitur kamera smartphone, teknik videografi)		√		
6	Praktik pengambilan gambar dan pembuatan video promosi			√	
7	Pelatihan editing video menggunakan aplikasi smartphone			√	
8	Pendampingan peserta dalam pembuatan video promosi produk mereka			√	√
9	Evaluasi hasil pelatihan dan presentasi video promosi			√	√
10	Publikasi dan distribusi video promosi ke media sosial/marketplace			√	√
11	Penyusunan laporan akhir kegiatan			√	√

Materi Kegiatan

1. Kamera

Kamera merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah pengambilan gambar. Tanpa menyepelekan bagian yang lain, tanpa kamera sebuah produksi tidak bisa berjalan, karena di kamera inilah gambar dan suara direkam ke dalam film atau pita video maupun melalui memori secara digital.

2. Jenis Kamera

a. Kamera handycam disebut juga kamera keluarga karena lebih banyak digunakan untuk kepentingan anggota keluarga dan pengoperasiannya juga mudah.

- b. Kamera professional dipakai oleh seorang yang professional dibidangnya, karena penggunaannya perlu beberapa ketrampilan dan pengetahuan khusus tentang fasilitas kamera itu sendiri.
3. Lensa
Lensa mempunyai fungsi untuk memilih bidang pandang tertentu dan ditangkap secara optik yang menghasilkan gambar dan diteruskan ke permukaan tabung kamera.
4. Tubuh Kamera
Tubuh kamera ini berisi tabung pengambil gambar (pick up tube) yang berfungsi untuk merubah gambar optik yang dihasilkan lensa menjadi sinyal elektrik.
5. Komposisi Kamera
 - a. Walking space dan Looking space Dalam mengatur komposisi ketika kita mengambil gambar benda atau orang berjalan perlu diperhatikan ada ruang di depan benda itu sesuai arah hadap benda atau orang tersebut.
 - b. Rule of Third Konsep ini hanya sebagai patokan dalam membuat komposisi. Andaikan layar monitor dianggap sebagai satu bidang persegi yang terbagi dalam 3 bagian.
 - c. Garis imajiner digunakan untuk memberi batas posisi kamera dalam mengambil gambar agar tidak jumpy dan menjaga kontinuitas gambar.
6. Framing
Framing atau bidang pandang adalah suatu langkah pengambilan gambar yang harus menentukan luas bidang pandangan untuk suatu obyek utama dan obyek lainnya dalam hubungannya dengan latar belakang (back ground).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelatihan Pembuatan Video Promosi Produk UMKM dengan Smartphone di Desa Pengkok diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku UMKM serta masyarakat Desa Pengkok secara keseluruhan. Luaran dari kegiatan ini mencakup peningkatan kapasitas sumber daya manusia, peningkatan sarana pendukung pemasaran, serta hasil konkret berupa video promosi produk UMKM yang lebih profesional dan menarik. Secara lebih rinci, luaran yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi:

1. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM
Pelatihan yang diberikan akan membantu pelaku UMKM di Desa Pengkok dalam meningkatkan keterampilan digital, khususnya dalam bidang pemasaran berbasis media digital. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pelaku usaha memiliki pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, teknik pembuatan konten promosi, serta pengelolaan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pelaku UMKM juga akan memiliki keterampilan teknis dalam pengambilan video, pengeditan, serta pembuatan konten promosi yang efektif menggunakan perangkat yang mereka miliki, yaitu smartphone.
2. Penambahan Inventaris Peralatan untuk Karang Taruna Desa Pengkok
Kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada pengembangan sumber daya manusia, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang dalam bentuk peningkatan inventaris peralatan yang dapat digunakan oleh komunitas lokal. Beberapa peralatan pendukung, seperti tripod, ring light, dan perangkat lunak editing video yang digunakan selama pelatihan, dapat diinventarisasi sebagai aset Karang Taruna Desa

Pengkok. Dengan demikian, setelah pelatihan selesai, komunitas lokal masih dapat memanfaatkan peralatan tersebut untuk membantu pelaku UMKM dalam pembuatan video promosi secara mandiri di masa depan.

3. Peningkatan Kualitas Video Promosi Produk UMKM

Sebelum pelatihan ini, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung atau promosi dari mulut ke mulut. Meskipun beberapa pelaku usaha telah mencoba memanfaatkan teknologi digital, mereka masih menghadapi kendala dalam menghasilkan konten promosi yang menarik dan profesional. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan produk UMKM dari Desa Pengkok dapat dipromosikan dengan cara yang lebih menarik melalui video yang memiliki kualitas visual dan audio yang lebih baik.

KESIMPULAN

1. Para pelaku UMKM Desa Pengkok, Kecamatan Patuk, Gunungkidul telah memperoleh pemahaman mengenai peralatan yang digunakan dalam pembuatan video promosi, khususnya kamera pada smartphone. Mereka kini lebih memahami cara kerja serta fitur-fitur kamera yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan video promosi yang lebih menarik dan berkualitas.
2. Peserta pelatihan telah mengenal berbagai teknik pengambilan video promosi yang efektif untuk produk UMKM. Teknik-teknik ini meliputi pengaturan pencahayaan, komposisi gambar, serta berbagai jenis bidikan (frame) seperti Extreme Long Shot (ELS), Medium Close Up (MCU), dan Close Up (CU), yang dapat meningkatkan daya tarik visual produk yang dipromosikan.
3. Dengan adanya pendampingan dan praktik langsung, para pelaku UMKM Desa Pengkok mampu membuat video promosi menggunakan smartphone secara mandiri. Mereka tidak hanya dapat mengambil gambar dengan teknik yang tepat, tetapi juga memahami dasar-dasar pengeditan video sederhana agar hasil akhirnya lebih profesional dan menarik bagi konsumen. Video-video yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayu Tapa Brata, V. (2007). *Videografi Dan Sinematografi Praktis*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Campus Digital. (2023). *Pelatihan Pembuatan Video untuk Pemasaran: Meningkatkan Strategi Promosi di Era Digital*. Diakses dari <https://campusdigital.id>
- Fauzi, A. T., MP, I. G. B., Aini, L. N., & SP, M. S. (2016). *Identifikasi Potensi Kawasan Pengembangan Budidaya Tanaman Bambu Di Kabupaten Gunungkidul (Studi Kasus di Kecamatan Playen)*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Mustika, S. (2021). *Pelatihan Membuat Konten Promosi di Media Sosial bagi UMKM Mitra Masjid*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*.
- Pijar Mahir. (2024). *Memproduksi Video Produk Sederhana untuk Pelaku UMKM*. Diakses dari <https://pijarmahir.id>

- PointStar Indonesia. (2023). 5 Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Indonesia. Diakses dari <https://www.pointstar.co.id>
- Pujiastuti, A., Ayuningtyas, A., & Agustian, H. (2020). Pendampingan Pembuatan Video Stop Motion untuk Pemasaran Produk UMKM di Patuk Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(1), 31-36. doi:<http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.520>
- Rahmat, A. (2020). Penggunaan Smartphone dalam Produksi Konten Digital: Peluang dan Tantangan bagi UMKM. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 7(2), 89-102.
- Retnowati, N., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. (2020). Pemanfaatan Endorse dan Hashtag untuk Pemasaran Produk Menggunakan Instagram pada UMKM di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(1), 69-80. doi:<http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.530>.
- Setiadi, T., Kom, S., & Kom, M. (2017). *Dasar Fotografi Cara Cepat Memahami Fotografi*. Penerbit Andi.
- Gunawan, A. P. (2013). Pengenalan Teknik Dasar Fotografi. *Humaniora*, 4(1), 518-527
- Sudaryanto, Sajati, H., Kusumaningrum, A., Nugraheny, D., Aryanto, S., & Wintolo, H. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Pathuk Gunung Kidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(1), 61-68. doi:<http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.524>.
- Suyanto, M. (2004) *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta : C.V. Andi Offset.
- Telkom University. (2020). Video 360 Sebagai Media Promosi Produk Mitra UMKM Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.