

PELATIHAN VIDEO EDITING UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI KECAMATAN KEBON JERUK JAKARTA

Anastasia Lintang Proborini¹

¹ Universitas Dian Nusantara

Email: anastasia.lintang.proborini@dosen.undira.co.id*

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 15 Agustus 2024

Revised : 18 September 2024

Accepted : 20 September 2024

Key words:

Pelatihan, Technopreneurship,
Pemasaran Digital, Video Editing

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Digital Marketing has a Technopreneurship role that opens up the relationship between entrepreneurship, technology, and MSMEs themselves which allows for expanding market reach, increasing business efficiency, and creating more effective marketing strategies online. Video editing is one of the activities that supports the Digital Marketing strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). By utilizing interesting videos, MSMEs can increase the visual appeal of their products and services so that it is easier for potential customers on their digital platforms. One easy-to-use application for this purpose is Canva, which is a simple and easy but effective application because it can be downloaded with the Play Store and App Store for iOS users. This application can make it easier for MSMEs to create quality video content that can create creative and professional promotional videos to increase engagement with the audience to strengthen brand identity in the digital market.

ABSTRAK

Pemasaran Digital memiliki peran Technopreneurship yang membuka hubungan keterkaitan antara kewirausahaan, teknologi, dan UMKM itu sendiri yang memungkinkan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi bisnis, dan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif secara daring. Pengeditan video adalah salah satu aktivitas yang mendukung strategi Pemasaran Digital bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan memanfaatkan video yang menarik UMKM dapat meningkatkan daya tarik visual produk dan layanan mereka sehingga lebih mudah bagi calon pelanggan di platform digital mereka. Salah satu aplikasi yang mudah digunakan untuk keperluan ini adalah Canva yang merupakan aplikasi yang sederhana dan mudah namun efektif karena dapat diunduh dengan Play Store dan App Store bagi pengguna iOS. Aplikasi ini dapat memudahkan pelaku UMKM untuk membuat konten video yang berkualitas yang dapat menciptakan video promosi yang kreatif dan

professional untuk meningkatkan keterlibatan dengan audiens untuk memperkuat identitas merek di pasar digital.

PENDAHULUAN

Digitalisasi semakin melengkapi tren menuju sentralitas manusia. Pada generasi Y dan batas tertentu juga pada generasi Z dan bahkan generasi sebelumnya sudah condong ke arah ekonomi digital. Kebangkitan *internet mobile*, media sosial, dan lokapasar telah mengubah jalur pelanggan untuk membeli. Pemasar beradaptasi dengan perubahan tersebut dengan mengkomunikasikan dan mengirimkan produk dan jasa mereka melalui kehadiran omnisaluran, walaupun tingkat kesiapan yang berbeda mendikte strategi digitalisasi yang perlu diterapkan. Digitalisasi memungkinkan bangkitnya ekonomi digital yang dapat menciptakan kekayaan secara masif. Digitalisasi memungkinkan bisnis membangun platform dan ekosistem yang mengolah transaksi skala besar tanpa batasan geografi dan industri. Teknologi digital memberdayakan perusahaan tidak saja untuk memperbarui pengalaman pelanggan tapi juga model bisnisnya. Digitalisasi membantu perusahaan memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang, meningkatkan kesediaan untuk membayar, dan akhirnya mendorong penciptaan kekayaan yang lebih baik. Strategi baru proses bisnis ini bisa menjadi peluang bagi penciptaan wirausaha (*entrepreneur*) untuk menjadi solusi atas berbagai masalah di masyarakat seperti kemiskinan, kesenjangan sosial, pengangguran usia produktif yang menuntut adanya tindakan kreatif dan inovatif untuk mengubah menjadi peluang dan pertumbuhan. Apalagi dalam penciptaan wirausaha melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia dan termasuk salah satu pilar terpenting dalam perekonomian negara ini. (Kotler et al., 2024)

Menurut data statistik *kadin.id* pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta dengan kontribusi UMKM mencapai 61% dari pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang bila dihitung mencapai Rp9.580 Triliun. Diketahui saat ini juga UMKM mampu menyerap sekitar 117 juta pekerja yang berarti 97% dari total tenaga kerja. Pemerintah bersama Kadin terus mendorong agar para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia bisa memasuki ekosistem digital. Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan UMKM yang bisa memasuki pasar digital akan naik menjadi 24 juta UMKM pada 2023 dan akan meningkat hingga 30 juta unit pada 2024. Demi bisa mencapai target tersebut, Kadin mendukung program pemerintah menginisiasi transformasi digital UMKM melalui berbagai program, diantaranya platform *wikiwirausaha* sejalan dengan *Kemenkopukm* yang membuka pusat layanan usaha terpadu. Selama tahun 2023, usaha Industri Mikro Kecil (IMK) menunjukkan kinerja impresif melalui tren angka pertumbuhan positif. Di Pulau Jawa, Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, DI. Yogyakarta, dan Jawa Timur stabil dengan pertumbuhan positif di sepanjang 2023. Sementara di luar Pulau Jawa, sebanyak 19 provinsi yang stabil dengan pertumbuhan positif. Fenomena ini mencerminkan perbandingan antar wilayah, aktivitas usaha IMK di Pulau Jawa dan di luar Pulau Jawa meningkat sejalan dengan perbaikan perekonomian Indonesia selama beberapa kurun tahun terakhir. Tetapi bila dilihat dari data tahun 2023 IMK di Pulau Jawa berkontribusi 54,11% terhadap seluruh IMK di Indonesia, yang artinya masih terlihat jelas masih terdapat kesenjangan dan permasalahan baik internal dan eksternal.

Diantaranya terbatasnya bahan baku, tidak mampu mempertahankan kualitas pelayanan dan produk, belum mampu membuat inovasi, serta peralatan dan teknologi produksi yang digunakan masih sangat sederhana sampai setengah modern, dan kurangnya strategi efektif marketing yang berakibat relatif rendah produktivitas. Apalagi dengan terbatasnya sumber

daya manusianya, UMKM relatif sulit mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk menghasilkan daya saing produk yang dihasilkannya. (kadin.id, 2023)

Untuk permasalahan eksternal, dalam dinamika ekonomi, informasi, dan budaya tidak dapat dibendung. Apalagi dengan masuknya masa Marketing 5.0, ekonomi dan bisnis perlu menerapkan teknologi dengan cara yang benar untuk meyakinkan pelanggan bahwa digitalisasi tidak membunuh relasi sosial tapi sebaliknya digitalisasi menyediakan platform yang akan membangun hubungan yang lebih intim antara pelanggan dan komunitas mereka. Teknologi dalam hal ini merupakan cara atau metode untuk mengolah sesuatu agar terjadi efisiensi biaya dan waktu sehingga menghasilkan produk yang lebih berkualitas yang didasarkan pada kebutuhan pasar, solusi atas permasalahan, aplikasi berbagai bidang ilmu, perbaikan efektivitas dan efisiensi produk serta modernisasi.

Terlepas dari resiko dan terbatasnya sumber daya manusia yang mengikutinya, digitalisasi telah mengubah cara kita berbisnis yang secara mulus dapat menghubungkan dengan berbagai pihak yakni perusahaan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lain untuk berkomunikasi dan bertransaksi secara tidak terbatas, industri dengan organisasi yang ramping, bahkan banyak platform dan ekosistem di banyak industri dapat mengumpulkan data mentah dengan jumlah yang massif yang memicu bagi mesin AI untuk menciptakan basis pengetahuan yang luas. (Kotler et al., 2024)

Dalam bisnis digital terdapat istilah pemasaran digital atau digital marketing yang merupakan tindakan mempromosikan produk barang atau jasa menggunakan saluran distribusi digital. Bukan menggantikan semua cara pemasaran tradisional dengan hanya menjual dan mendapatkan profit dengan berani menanggung resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada, tetapi di banyak kasus kegiatan pemasaran tradisional sudah beralih ke pemasaran digital yang membutuhkan asset yang lebih sedikit, membutuhkan waktu yang lebih cepat untuk memasarkan, dan sangat terukur. Karena hal tersebut, digitalisasi memungkinkan perusahaan mencapai pertumbuhan eksponensial dalam waktu yang singkat. Digitalisasi yang melintasi pengalaman pelanggan juga menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi dan profitabilitas yang lebih baik karena sedikitnya kesalahan dan rendahnya biaya.

Tidak jarang ada yang mengatakan bahwa Digital Marketing identik dengan internet marketing atau *online marketing* karena aktivitas digital saat ini menggunakan infrastruktur internet dan aksi promosi digital banyak melibatkan internet. Meskipun pada dasarnya tidak semua digital Marketing adalah internet marketing, tapi internet marketing dapat digolongkan sebagai digital marketing.

Search Engine Optimization (SEO), *Pay-per-Click Advertising* (PPC), *E-Mail Marketing*, *Social Media Marketing* (SMM), *Content Marketing*, *Social Media Advertising*, dan promosi berbasis web adalah beberapa hal yang termasuk digital marketing dan juga internet marketing. Sedangkan yang bukan merupakan internet marketing (saluran non-internet) yaitu iklan televisi, promosi radio, digital billboards, promosi lewat teks SMS, dan lainnya. (Feri Sulianta, 2023)

Sedangkan cara dan media yang digunakan dalam digital marketing dapat digolongkan sebagai berikut. Penggolongan ini ditujukan untuk memudahkan kita memilih strategi marketing yang tepat untuk kebutuhan dan tujuan yang spesifik.

1. Internet Marketing

Adalah strategi pemasaran menggunakan infrastruktur atau jaringan internet yang banyak melibatkan pemasaran berbasis website.

2. Mobile Marketing

Merupakan pemasaran berbasis perangkat mobile seperti smartphone yang berfokus pada perilaku orang yang cenderung menggunakan perangkat selular sewaktu beraktivitas mengakses website, mencari informasi, dan mengunjungi platform media social

3. Social Marketing

Pemasaran yang dilakukan via jejaring sosial, yang menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan berbagai konten, opini, berbagi pengalaman, dan ajang interaksi

4. Viral Marketing

Strategi marketing ini memotivasi audiens untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada orang lain, sehingga pesan menjangkau lebih banyak orang dengan cepat. Viral Marketing adalah iklan “dari mulut ke mulut” versi pemasaran digital.

Dengan perencanaan yang matang, diharapkan proses ini akan memiliki siklus yang diawali dengan *Reach* hingga *Engage*:

1. *Reach* (jangkauan)

Tahap ini diharapkan strategi marketing yang ditujukan untuk memperkenalkan produk atau brand mampu menjangkau audiensi

2. *Act* (interaksi)

Merupakan kependekan dari interact yang diharapkan audiensi menindaklanjuti dengan transaksi pembelian

3. *Convert* (Konversi)

Konsumen yang berbelanja di prospek untuk kembali berbelanja

4. *Engage* (Terhubung)

Fase ini ditujukan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang dikarenakan pelanggan rutin belanja. (Feri Sulianta, 2023)

Untuk menghadirkan pengalaman pelanggan yang unggul, interaksi high-tech dan high-touch yang dihubungkan dengan enterpreuner skills yang terintegrasi, menjadi sangat penting agar tidak terlindas dalam persaingan global dan terwujudnya perekonomian berbasis ilmu pengetahuan sosial (*knowledge-based economy*) yang disebut dengan technopreneurship, yang membuka hubungan keterkaitan antara kewirausahaan, teknologi, dan UMKM itu sendiri. Strategi digital marketing mungkin tidak langsung dirasakan manfaatnya tapi pastinya akan mempengaruhi meningkatnya visibilitas perusahaan, dikenalnya produk dan brand serta bertambahnya jumlah audiensi online dan minat konsumen untuk belanja.

Dave Chaffey & PR Smith mendefinisikan dalam pemasaran digital terdapat delapan aktivitas pemasaran digital utama. Aktivitas pemasaran tersebut memerlukan perencanaan dan pengelolaan guna pengoptimalan pemasaran online serta memaksimalkan Return on Investment (ROI) diantaranya: Konten Marketing, SEO Organik, *Paid Search*: Adword, Marketing pada Sosial Media, E-Mail Marketing/Marketing Otomatisasi, Multichannel Analytics., Always On dan Kampanye Online. Delapan aktivitas ini akan terus berkembang dan bisa saja aktivitas ini yang dianggap penting. Hanya saja dalam praktiknya semua aktivitas pemasaran tersebut tidak sepenuhnya dipraktikkan. (Feri Sulianta, 2023)

UMKM sebagai salah satu pilar penting bagi pertumbuhan perekonomian negara adalah bentuk dasar yang memanfaatkan internet yang melahirkan berbagai platform digital terutama untuk pemasaran digital seperti iklan digital, pemasaran konten, dan saluran elektronik lainnya yang mengakibatkan para pelaku bisnis melalui media sosial dapat saling bertukar informasi baik dengan foto, video, dan pengalaman lain sampai bersaing menjadi yang pertama memasarkan dan menangkap nilai maksimal, serta perlu memantau dan merespons tren baru dan perilaku pelanggan yang berubah.

Saat ini minat tersebut lebih mudah ditangkap dengan tampilan visualisasi terutama video yang dianggap lebih efisien karena terbukti dari data yang diperoleh dari Hootsuite terhadap 3.891 responden di tahun 2024 menunjukkan Tiktok adalah platform yang paling banyak digunakan untuk bisnis, dibandingkan tujuh media media sosial lain seperti LinkedIn, Instagram, Youtube, Facebook, X, Whatsapp, dan lainnya. Bisnis tidak lepas dari video karena mengandung keleluasaan untuk menjelaskan sesuatu hal karena mengandung konfirmasi visual dan garis instruksi bisa dalam bentuk audio, teks, atau keduanya. Sedangkan video yang sering digunakan untuk keperluan bisnis yaitu video profil, video produk, video testimoni, live shopping, video podcast dan banyak lagi. (www.hootsuite.com, 2024)

Hal inilah yang menjadi dasar bagi UMKM di bawah binaan Pelatihan Program Kewirausahaan Terpadu oleh Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah wilayah Kota Administrasi Jakarta Barat khususnya wilayah Kebon Jeruk untuk melakukan pelatihan bersama mendukung salah satu kegiatan pemasaran digital dengan menggunakan CapCut sebagai alat pengeditan video untuk konten pemasaran digital dengan menggunakan cara sederhana dengan smartphone yang bisa dijadikan solusi untuk pelatihan ini.

CapCut merupakan aplikasi baru pada tahun 2020 yang sebelumnya rilis dengan sebutan "Viamaker" pada tahun 2019, yang merupakan aplikasi dengan hasil pengeditan yang dapat langsung dihubungkan dengan TikTok. CapCut adalah aplikasi edit video yang dibuat oleh Bytendance Pte. yang mudah di download secara gratis di playstore untuk smatphone dan website untuk Desktop (compatible dengan Windows dan MacBook), yang menggabungkan teknologi AI modern dengan fitur yang lengkap dengan kualitas video yang baik seperti teks, stiker, efek dan filter untuk mempercantik, merubah ukuran, durasi, remove background, narasi VO berasal dari teks (text to audio), suara khusus dengan AI, bahkan tidak memasukkan tanda air, berbeda dengan aplikasi editing lainnya. Capcut juga menyediakan koleksi update lagu dan audio yang sesuai dengan pasar saat ini. (Setyadi et al., 2024)

UMKM binaan wilayah Kebon Jeruk kebanyakan datang dari latar belakang ibu rumah tangga dan pengusaha kecil dan menengah yang masih menggunakan cara bisnis tradisional dengan hanya menjual dan mendapatkan profit dengan berani menanggung resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada, tetapi belum sepenuhnya memasarkan dan memanfaatkan teknologi sebagai nilai jualnya. (Tim Pengembangan Technopreneur ITS, 2015)

Pengetahuan dalam mengedit video ini diharapkan bisa menjadi modal pembelajaran ibu-ibu untuk menarik minat penonton sebagai solusi dari permasalahan strategi penjualan agar sesuai dengan kebutuhan pasar dan menjadi sarana untuk menghasilkan pendapatan. Bahkan

seorang technopreneur tidak cukup hanya mempelajari satu atau dua teknologi melainkan harus peka terhadap inovasi teknologi dan melatih ide kreatif untuk mendukung hal ini. (Nurkim, 2024)

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dimulai dari proses *creative thinking* untuk pengembangan pelatihan dan pembinaan editing dengan menggunakan CapCut yang dilakukan di Aula Kecamatan Kebon Jeruk yang berlokasi di Jl. Raya Kebon Jeruk No. 25, Jakarta Barat pada 27 Juni 2024.

Peserta Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah ibu-ibu dan pengusaha kecil dan menengah mitra UMKM Pelatihan Program Kewirausahaan Terpadu oleh Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah wilayah Kota Administrasi Jakarta Barat dengan pemateri adalah Dosen Universitas Dian Nusantara Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial.

Materi yang disampaikan dilakukan secara terstruktur sesuai dengan kaidah akademis dan praktis. Berikut adalah metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan:

1. Memberikan pengarahan tentang ide dan konsep visual berkenaan konten video dengan jenis konten dengan Like Tinggi
2. Mengenalkan jenis tools dan editing pada CapCut yang paling banyak diminati
3. Membuat video dan pengeditan menggunakan CapCut untuk kepentingan promosi
4. Mengenal pencarian gambar ilustrasi dan musik pengiring video dan memperkenalkan hak cipta video pada para peserta UMKM

Adapun urutan materi pembelajaran yang dilakukan pada pelatihan digital editing dengan CapCut adalah sebagai berikut:

- a. Mendownload dan membuka aplikasi CapCut pada *Smartphone*
- b. Mengenalkan fitur dan tools yang ada pada CapCut
- c. Mengenalkan jenis-jenis pengeditan video pada CapCut
- d. Mengupload dan mengolah footage mentah baik ukuran dan penempatan visualnya
- e. Mengatur jenis musik yang akan dipilih untuk video
- f. Mengatur efek dan transisi video
- g. Mengespor dan mendownload hasil video editing dari CapCut serta menghilangkan tanda air (watermark), dan
- h. Sharing/ekspor gambar ke media sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat ini dimulai pukul 09.30-12.00 WIB diawali dengan pembukaan oleh moderator dari Kecamatan Kebon Jeruk selama 10 menit dan dilanjutkan dengan pembahasan oleh mentor yang dibagi menjadi tiga tahap, yang pertama adalah pengarahan tentang *creative thinking* yang berkaitan dengan pembentukan ide kreatif konten, terutama konten dengan *Like Tinggi* yang difokuskan pada konten yang banyak diminati dan bisa masuk dalam ranah marketing yaitu edukasi, inspiratif, influencer, hiburan, dan fashion. Hal utama yang diajarkan oleh Mentor didahului dengan membangun pikiran kreatif dan ide agar dapat menghasilkan konten lebih dari satu jenis meskipun hanya satu produk yang diperkenalkan. Misalnya dalam satu produk fashion dapat menghasilkan empat konten seperti membahas *unboxing* produk, review detail produk, *try on*, dan promosi. Walaupun difokuskan

pada pengeditan *footage* video, peserta juga dikenalkan dengan proses pengambilan video dengan kamera *smartphone*, dalam hal ini mentor juga membagikan *footage* iklan sederhana yang bisa dijadikan bahan latihan peserta. (Gora et al., 2022)

Tahap kedua, peserta diwajibkan untuk mendownload aplikasi pengeditan CapCut melalui *smartphone* masing-masing peserta sesuai dengan instruksi, dilanjutkan dengan pengenalan *interface* CapCut yang terdiri dari editing tools, fitur creating video dan resource video yang mendukung pengeditan video. Editing tools mengacu pada fitur yang memungkinkan penggunaan edit video secara manual seperti menambah efek, filter, mengatur teks, kecepatan, durasi, pemotongan atau cutting, transisi, dan lainnya. Sedangkan untuk template CapCut, pengguna disediakan preset yang memudahkan mengedit dengan preset video tanpa perlu banyak melakukan penyesuaian, termasuk menyediakan template video dan musik yang dapat menaikkan *engagement*.



Gambar 1. Praktek editing video

Tahapan selanjutnya pada pukul 10.30-12.00 WIB adalah praktik editing dengan satu skema menggunakan template karena UMKM belum semua familiar dan mahir dalam pengeditan maka pelatihan ini tidak menggunakan *editing tools*. Dikarenakan peserta pelatihan adalah UMKM maka mentor memberi pelatihan terkait konten FYP (For Your Page) yang nantinya peserta diarahkan menuju kolom pencarian yang trending dengan menggunakan keyword: affiliate, FYP, JJ (jedad-jedug: video fun atau pengeditan cut to cut dengan tempo cepat atau rancak), beat, trend, dan lainnya yang biasanya ada di urutan pertama pencarian. Sebelum lebih jauh melakukan praktik video editing konten, dijelaskan juga tips FYP di CapCut seperti:

1. Fokus di satu tema. Content creator diharapkan sudah bisa memilih dan menentukan satu tema atau topik karena akan berpengaruh ke algoritma atau analitik akun. Seiring berjalannya waktu dimungkinkan nantinya video yang dibuat akan direkomendasikan atau sering muncul di beranda FYP
2. Mengikuti Trend. Hal ini wajib hukumnya bagi creator

3. Upload setiap hari. Bila video konten peserta ingin cepat FYP diusahakan untuk mengupload setiap hari dan tidak ada batasan, yang penting tetap merasa senang dan *enjoy*. Hal ini bisa berbeda dengan youtube atau media sosial lainnya
4. Konsisten

Dalam pelatihan, para peserta UMKM tidak diwajibkan menggunakan komputer dan laptop tetapi dengan mengoptimalkan penggunaan smartphone sebagai media pengkaryaan. Sistem kerja menggunakan Capcut tidak serumit menggunakan tools pengeditan seperti Adobe, Kinemaster, atau aplikasi lainnya. Siapapun tanpa latar belakang keilmuan yang mumpuni atau yang belum pernah mengedit sama sekali mudah melakukan pengeditan dan menginstall melalui playstore untuk pengguna Android atau apps store pengguna iOS karena bersifat opensource. Bahkan dengan kelebihan yang dimiliki CapCut kerap digunakan untuk produksi Podcast, kebutuhan industri, bahkan untuk kepentingan edukasi.

Dalam pelatihan peserta diwajibkan untuk install aplikasi CapCut kemudian diarahkan untuk memilih menu template yang berada di bagian bawah aplikasi. Peserta bebas untuk memilih template baik dari kolom pencarian dengan keyword Affiliate Promosi Produk FYP, JJ, trend atau yang lainnya. Aplikasi ini juga telah menyiapkan 12 tema konten video teratas yang sedang trend saat ini atau dapat memilih langsung dari thumbnail video yang sudah disiapkan CapCut. Setelah memilih template, peserta akan diarahkan pada tombol penggunaan template dan mengimpor video yang telah disiapkan mentor sebelumnya.

Setelah masuk dalam aplikasi CapCut, berikut adalah cara untuk mengimpor video dan mengedit footage menggunakan template:

1. Setelah membuka aplikasi, pilih fitur template yang ada di bagian bawah aplikasi
2. Jika sudah memilih template yang diinginkan atau variasi lainnya, baik dengan kolom searching atau langsung pada kotak pilihan video, selanjutnya klik pada tombol Gunakan Template warna biru bagian bawah kanan. Jumlah video dan durasi tergantung dari template yang dipilih.
3. Untuk mengedit video, pilih tools video di bagian kiri bawah dan tekan video footage yang diinginkan. Dalam pengeditan video peserta bisa mengganti jenis video yang lain atau split video, memangkas, dan menurunkan atau menaikkan volume video.
4. Untuk memangkas video peserta dapat menggeser footage ke kiri dan ke kanan sesuai dengan kotak durasi yang tersedia, selanjutnya centang untuk kembali ke halaman depan.
5. Sebagai pemanis, video juga dapat ditambahkan stiker



Gambar 2. Foto bersama peserta pelatihan

Untuk teks, peserta pengguna template dapat merubah warna font dengan memilih sesuai color wheels-nya, jenis typefont, bahasa yang digunakan, ukuran, opacity, bahkan align yang diinginkan. Peserta diberikan tambahan informasi tentang font yang sering dipakai untuk konten seperti Dynapuff-Semibold, Cherub, Sofiapro, Helium, dan Bubble. Tapi bila hanya mengambil template yang ada, pilihan jenis font akan kembali pada pilihan masing-masing peserta pelatihan.

Audio juga merupakan unsur penting yang bisa diganti sehingga berbeda dengan template-nya. Aplikasi ini memiliki arsip musik dan dapat merekomendasikan ribuan musik hits dan efek suara yang bisa menaikkan engagement dan bisa memotong bagian musik yang sesuai. CapCut juga tidak serta merta menyediakan lagu hits yang bisa dipakai karena terkait dengan Hak Cipta Karya. Kebanyakan lagu yang ada pada aplikasi CapCut semua gratis atau bisa digunakan, namun ada yang perlu diketahui misalnya ada beberapa lagu yang memiliki syarat spesifik dengan memberikan credit pada artist-nya dan juga dapat memeriksa data lagu dengan mengetuknya dan membaca deskripsinya. Hal ini akan berpengaruh bila video yang diedit dari aplikasi CapCut diunggah pada sosial media lainnya, bisa jadi akan mendapat peringatan seperti video dibisukan, gagal monetisasi, shadow banned yaitu pemblokiran akun secara diam-diam, bahkan ada peringatan audio atau lagu yang tidak bekerjasama dengan media sosial tersebut yang efeknya adalah menurunnya engagement dan visibilitas video. Sebagian besar durasi lagu dalam video CapCut yang digunakan dibawah 15 detik tetapi bila pengeditan lebih dari 1 menit terutama dalam pengeditan manual menggunakan tools terdapat fitur pemeriksaan hak cipta sebelum di ekspor untuk posting di media sosial lainnya.

Setelah semua selesai proses pengeditan, klik ekspor pada bagian kanan atas tombol biru. Peserta dapat memilih kualitas resolusi yang sesuai dari 480P sampai 2K/4K. Peserta dapat memilih ekspor tanpa tanda air atau tidak menyertakan watermark dan juga bisa langsung ekspor dan terhubung dengan aplikasi TikTok, atau aplikasi media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, Youtube, WhatsApp, Helo, dan lainnya.

SIMPULAN

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh Dosen Universitas Dian Nusantara dapat disimpulkan bahwa peserta yang merupakan UMKM wilayah Kebon Jeruk yang didominasi oleh ibu rumah tangga belum pernah mendapatkan pengajaran khusus tentang video editing dengan *smartphone*. Hal yang menjadi kendala adalah perangkat *smartphone* dan penggunaan paket data atau Wifi yang tidak tersedia dengan baik. Kalaupun tersedia, UMKM

tersebut belum memahami lebih dalam tentang pembuatan konten dari segi *angle* dan pencahayaan bahkan hanya mengedit ala kadarnya saja. Bahkan, waktu juga menjadi kendala karena mereka masih melakukan bisnis dengan cara tradisional.

Selain dari sisi teknis, sebagian besar belum terciptanya kesadaran UMKM wilayah Kebon Jeruk untuk konsisten dalam mengupload bisnisnya di media sosial, dan masih menganggap aktivitas ini hanya untuk mengisi waktu luang bahkan menganggap membuang waktu karena selain berbisnis juga harus mengurus keluarga.

Pada pelaksanaan pembinaan dan pelatihan editing pada kegiatan PKM ini walaupun dengan menggunakan *smartphone*, peserta terlihat sangat antusias. Para anggota UMKM ini mendapat gambaran tentang kebutuhan industri dan keuntungan dengan memanfaatkan kegiatan *technopreneurship* untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Mungkin CapCut adalah aplikasi murah tapi bila dimanfaatkan dengan baik hasilnya tidak murahan. Bahkan bisa mendapat monetisasi bila konsisten bukan hanya dengan memanfaatkan aplikasi atau *template* tapi dengan membuat *template* untuk khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Feri Sulianta. (2023). *Panduan Lengkap Digital Marketing* (M. Kika (ed.); 2023rd ed.). Penerbit Andi.
- Gora, R., Tarsani, T., & Purwatiningsih, S. D. (2022). Pelatihan Kreatif Desain Grafis Dan Video Editing Dengan Smartphone Rumah Gemilang Indonesia AL Azhar. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 579–591.
<https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i4.216>
- kadin.id. (2023). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#:~:text=Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar>
- Kotler, Keryajaya, & Setiawan. (2024). *Marketing 5.0 Teknologi Untuk Kemanusiaan* (Januari 20). Gramedia Pustaka Utama.
- Nurkim. (2024). *Buku Ajar Technopreneurship* (Siwi Nur Indriyani (ed.); Cetakan Pe). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Setyadi, H. A., Sardiarinto, Nugroho, W., & Sattrya, D. (2024). Penggunaan Aplikasi CapCut Untuk Menghasilkan Konten Video Kreatif Bagi Para Santri. *Jurnal Pengabdian ...*, 5(2), 1841–1848.
<http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/3171%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/3171/2202>
- Tim Pengembangan Technopreuner ITS. (2015). *Technopreneurship* (B. M. M. Nurif, Widyastuti (ed.)). LP2KHA ITS.
<https://eprints.triatmamulya.ac.id/1696/1/Technopreneurship.pdf>
- www.hootsuite.com. (2024). *Social Trends 2024*. 2 Mei 2024.
<https://www.hootsuite.com/research/social-trends>