
Pemanfaatan Video untuk Mendukung Promosi dan Pemasaran UMKM di Banguntapan Bantul

¹Kalis Purwanto, ^{2*}Mulia Sulistiyono, ³Adzannis Madani, ⁴Bernadhed, ⁵Rizqi Sukma Kharisma

Universitas Amikom Yogyakarta¹²³⁴⁵
*Email: muliasulistiyono@amikom.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat termasuk perkembangan dunia periklanan, banyak perusahaan yang menginginkan kesuksesan dalam persaingan. Dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, pengabdian mencoba mendampingi mitra yaitu Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kedai kopi Dua Masa Banguntapan, Bantul, Yogyakarta untuk membuat video promosi. Tujuan pembuatan video ini adalah untuk memberikan informasi kepada pelanggan. Proses pembuatan video iklan ini memang membutuhkan persiapan yang matang, software yang akan digunakan untuk membuat iklan ini adalah Adobe After Effect, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro cc. Hasil Dari hasil video ini pengabdian berharap masyarakat lebih mengenal produk UMKM Kedai kopi Dua Masa. Video ini tayang melalui media sosial menggunakan Instagram Ads karena dengan menggunakan media sosial semakin memudahkan untuk melakukan proses pemasaran saat ini. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan kuisioner yang dilakukan dengan responden masyarakat umum dari aspek tampilan dan aspek informasi. Video iklan motion graphic Kedai kopi Dua Masa mendapatkan nilai 93.9% atau sangat valid. Dengan demikian video iklan motion graphic Kedai kopi Dua Masa Sebagai media promosi dinyatakan layak untuk digunakan dan ditampilkan.

Kata kunci : Teknologi, Liveshoot, Motion Graphic, Media Sosial

ABSTRACT

The development of information technology is overgrowing, including the development of the world of advertising. Many companies want success in the competition. In this community service program, devotees try to assist partners, namely the coffee shop Dua Masa UMKM located in Banguntapan, Bantul, and Yogyakarta, to make promotional videos. The purpose of making this video is to provide information to customers. The process of making this ad video does require careful preparation. The software used to make this ad is Adobe After Effects, Adobe Photoshop, and Adobe Premiere Pro cc. Results From the results of this video, the service hopes that the public will be more familiar with the coffee shop Dua Masa UMKM product. This video is broadcast through social media using Instagram Ads because it makes it easier to carry out the current marketing process. Based on the evaluation results using a questionnaire conducted with the general public respondents from the appearance and information aspect. The coffee shop Dua Masa motion graphic ad video gets a score of 93.9%, or very valid. Thus, coffee shop Dua Masa's motion graphic ad video as a promotional medium is declared eligible for use and display.

Keywords: Technology, Liveshoot, Motion Graphic, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh untuk media promosi di media sosial, sangat cocok digunakan sebagai media promosi. Menurut Hootsuite Indonesia Digital Report 2020 yang merupakan situs layanan manajemen konten serta menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial instagram pada tahun 2020 ini, Hootsuite mengeluarkan data dan tren tentang internet serta media sosial. Pengguna internet tahun 2020 di Indonesia sebanyak 175,4 juta dan pengguna Instagram di tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa.

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha paling berpengaruh di Indonesia dan berkontribusi 60% terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM lebih vital dalam menghadapi krisis global, namun menghadapi pasar global tidaklah mudah karena produk UMKM akan bersaing dengan produk dari negara lain. Strategi yang tepat untuk mengembangkan UMKM agar dapat bersaing di pasar global adalah dengan meningkatkan jangkauan pemasaran dan volume penjualan, yang dapat dilakukan melalui internet marketing atau media sosial. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk pemasaran adalah video iklan, dimana menjadi salah satu faktor penunjang dalam proses pemasaran suatu produk.

Sehingga banyak UMKM memperkenalkan produk melalui media digital seperti iklan video promosi. Promosi merupakan program komunikasi pemasaran total perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat – masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.

UMKM Dua Masa adalah sebuah UMKM kedai kopi yang berada Jl. Ki Ageng Pemanahan No.21, Banguntapan, Bantul.. Yang di miliki Karel Alexander

Zulkarnaen, Dengan mengandalkan menu yang lengkap tidak hanya coffe saja dan banyaknya rasa kopi asli dari berbagai daerah, membuat daya Tarik dan rasa nyaman tersendiri dari Dua Masa. Namun media promosi yang di gunakan saat ini oleh Dua Masa dalam menginformasikan coffee mereka masih melalui mulut ke mulut serta social media instagram dengan memposting produk yang berupa foto. namun dirasa kurang maksimal, karena tidak menjelaskan semua hal yang mencakup dari coffee tersebut.

Media utama yang dipilih dalam menyampaikan informasi adalah video live shoot dan motion graphic. Dengan menggunakan live shoot dan motion graphic, objek terlihat tidak membosankan tetapi terlihat menarik. Dengan memanfaatkan kemampuan visual, akan dirancang video dengan hasil yang maksimal. Agar informasi yang diserap lebih optimal.

Oleh karena itu, kegiatan ini bermaksud menambah jumlah media promosi dari Kedai kopi Dua Masa. Pembuatan video iklan yang akan dilakukan adalah menggunakan teknik Live Shoot dan motion graphic, yaitu metode yang memadukan beberapa unsur multimedia, seperti teks, gambar, video, dan audio yang kemudian diolah menggunakan software tertentu, sehingga sebuah promosi akan lebih menarik. Hasil video kemudian ditampilkan di media social Instagram. Instagram digunakan sebagai alat pemasaran dengan memanfaatkan fasilitas postingan foto atau video produk. Keberhasilan pemasaran produk melalui Instagram dapat dilakukan dengan memilih konten yang menarik untuk diposting ke Instagram. Konten produk yang menarik dapat meningkatkan traffic pengunjung. Peningkatan pengunjung berdampak positif pada pemasaran produk.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada pendahuluan tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan mitra beserta solusi yang ingin dicapai seperti terdapat pada tabel 1 sebagai berikut :

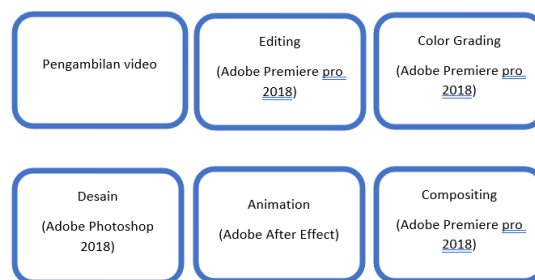
Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Pemasaran	Foto dan video yang sudah dibuat belum mampu menampilkan informasi menu special yang tersedia dan menampilkan suasana secara menyeluruh di Dua Masa.	Pembuatan konsep desain media promosi dalam bentuk video live shoot dan motion graphic
2	Pemasaran	Mitra belum melakukan eksplorasi secara mendalam tentang fitur-fitur aplikasi video editing berbasis dekstop dan mobile serta foto editing guna dapat dimanfaatkan untuk mendukung promosi dan pemasaran	Pelatihan penggunaan fitur-fitur aplikasi video editing berbasis dekstop dan mobile serta foto editing guna mendukung kegiatan promosi dan pemasaran di media sosial

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Pendidikan Masyarakat berupa pelatihan *in-house training*; dan Difusi Ipteks: berupa pembuatan video promosi. Gambaran IPTEKS yang dilakukan yaitu diawali dengan membuat konsep video promosi yang dapat memberikan ilustrasi yang lebih lengkap terkait Dua Masa. Kemudian dilanjutkan proses produksi dan pasca produksi. pada tahap ini live shoot dan motion graphic di produksi mulai dari pengambilan video, compositing, coloring, ilustrasi, motion animasi, hingga efek suara. Penggunaan storyboard sangat diperlukan guna menselaraskan antara rancangan dan proses produksi agar hasil

sesuai dengan konsep yang telah dirancang.



Gambar 1 gambaran IPTEKS yang dilakukan

Tahapan selanjutnya adalah tahapan produksi. Pada tahapan ini segala aspek yang terdapat didalam tahapan pra-produksi ke dalam tahapan produksi. pada tahapan ini terdapat beberapa kategori yaitu, pengambilan video, compositing, penganimasian, coloring. Setelah pembuatan video selesai dilanjutkan dengan pelatihan video dan foto editing berbasis mobile android dan dekstop. Langkah berikutnya yaitu Pelatihan penggunaan pelatihan video dan foto editing secara optimal guna mendukung promosi dan pemasaran di media sosial.

- Video editing berbasis dekstop dengan video editor dan adobe premiere, dan mobile android dengan canva dan quik
- Editing Foto berbasis dekstop dengan Adobe photoshop dan mobile android dengan canva dan quik

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis situasi yang telah dilakukan serta metode kegiatan yang diusulkan beberapa hal yang sudah dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain

- Merinci kebutuhan fungsional tentang apa saja yang akan ditayangkan. Dalam kegiatan ini video yang akan dibuat memiliki video liveshoot, motion graphic, gambar logo Dua Masa, music latar belakang, efek suara
- Membuat ide cerita
Ide cerita dari pembuatan video live shoot dan motion graphic ini berawal dari cara promosi yang masih berupa ajakan secara lisan.

3. Membuat konsep
Video motion graphic ini nantinya berisi perkenalan terhadap Dua Masa yang diawali dengan pelanggan yang memesan sebuah menu makanan dan minuman ke waiters, barista dan koki membuatkan pesanan untuk pelanggan, setelah pesanan siap waiters langsung mengantar makanan dan minuman yang sudah pelanggan pesan setelah itu pelanggan menikmati suasana sore, dengan menu yang special di Dua Masa
4. Penulisan naskah
Pembuatan naskah bertujuan agar proses pembuatan storyboard nantinya akan menjadi mudah. naskah dapat membantu agar dapat menentukan setiap adegan.

<p>SCENE 1</p> <p>Pegawai membalikan papan tulisan tutup menjadi buka</p> <p>CUT TO</p> <p>SCENE 2</p>
--

Gambar 2 potongan naskah yang dibuat

5. Pembuatan story board
Sebelum melakukan pengambilan gambar, dibutuhkan storyboard yang digunakan sebagai gambaran atau panduan adegan pada waktu pengambilan gambar iklan perancangan video live shoot dan motion graphic sebagai media promosi pada sosial media Dua Masa.

Scene	Gambar	Keterangan
1		<p>Durasi : 2.00s</p> <p>Frame : Medium Shoot</p> <p>Ket : Pegawai membalikan papan tulisan tutup menjadi buka</p>

Gambar 3 potongan storyboard yang dibuat

6. Implementasi video berupa tahapan produksi, pra produksi serta pasca produksi. Tahapan dimulai dengan merealisasikan segala aspek yang terdapat didalam tahapan pra-produksi ke dalam tahapan produksi berupa Pengambilan video, compositing,

penganimasian dan coloring. Pengambilan video di ambil dengan menggunakan kamera Canon 600D, lensa lensa kit efs 18-55mm dan lensa fix yongnuo 50mm f1.8, kemudian akan digunakan sebagai bahan compositing pada Adobe Premiere Pro CC 2018. pengambilan video mengacu pada storyboard yang telah dibuat. teknik yang di gunakan adalah dasar pengambilan video, seperti Close Up dan Medium Shoot. Berikut dibawah ini ditampilkan hasil pengambilan video big close up menampilkan detail menu makanan dan minuman.



Gambar 4 Pengambilan big close up

Kemudian tahapan akhir yaitu pasca produksi dalam pembuatan video dimana periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata. tahapan pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek, serta penggabungan audio dan video.



Gambar 5 Hasil edit video keseluruhan

7. Pelatihan penggunaan fitur-fitur aplikasi video editing berbasis dekstop dan mobile



Gambar 6 pelatihan yang dilakukan

Untuk menilai hasil video live shoot dan motion graphic ini, penulis menggunakan kuisisioner dengan indikator aspek tampilan dan aspek informasi. Penilaian dilakukan terhadap 21 orang masyarakat umum dengan kriteria:

- a. Pria atau wanita
- b. Berumur 17 – 40 tahun
- c. Pengguna smartphone

Penghitungan hasil kuisisioner ini akan digunakan skala Likert. Untuk mendapatkan hasil interpretasi, harus diketahui dulu skor tertinggi (y) dan angka terendah (x) untuk item penilaian. Dalam kuisisioner ini skala Likert yang digunakan yaitu Sangat Baik memiliki bobot 5, Baik memiliki bobot 4, Cukup memiliki bobot 3, Kurang Baik memiliki bobot 2, dan Sangat Kurang Baik memiliki bobot 1. Data akan dihitung dan divalidasi setiap item pertanyaan.

Tabel 2. Contoh gambaran kuisisioner

No	Bidang	SB	B	C	KB	SKB
1	Ketepatan informasi yang disajikan					
2	Kesesuaian Objek Animasi dengan Keterangan yang Disajikan					
3	Kesesuaian Objek Animasi dengan Objek Lokasi					
4	Pilihan backsound					
5	Materi promosi yang disajikan					

Hasil dari perhitungan kuisisioner video iklan motion graphic Kedai kopi Dua Masa mendapatkan nilai 93.9% atau sangat valid. Dengan demikian video iklan motion graphic Kedai kopi Dua Masa Sebagai

media promosi dinyatakan layak untuk digunakan dan ditampilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada UMKM Kedai Kopi Dua Masa Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat. Terimakasih juga kepada Universitas Amikom Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Algiffari, M. 2015. Perancangan Motion Graphic (Bumper In) dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat. Universitas BSI. Bandung

Anonim. 2018. Menggugah Foto Ke Instagram. <https://id.wikihow.com/MengunggahFoto-ke-Instagram>. 4 Juli 2022 (15.08).

Hudhowo, Jandi. 2018. Pembuatan Iklan pada Three-J Variasi dengan Teknik Motion Graphic sebagai Media Promosi. Yogyakarta: Program Sarjana Universitas Amikom Yogyakarta.

Mundzir, F. 2017. Instagram Hack: 1 hari membuat 30 post yang pasti mengengage audience. <https://medium.com/@Mundzir/instagram-hack-1-hari-membuat-30-postyang-pasti-meng-engage-audience-d2dfc60b48f4>. 4 Juli 2022 (15.05).

Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.

Pujiastuti, A., Ayuningtyas, A., Harliyus, A. "Pendampingan Pembuatan Video Stop Motion Untuk Pemasaran Produk Umkm Di Patuk Gunungkidul", *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, Volume 3, Nomor 1, Januari 2020