

Pendampingan Editing Foto dan Video bagi Ibu Rumah Tangga Pelaku UMKM di Perumahan Alam Sari Tabanan Bali

Suci Rahmawati^{*1}, Windy Lestari², Riyani Bela³, Adrian Pratama Putra⁴, Alfian Firdaus Hidayatullah⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Sains dan Teknologi Nahdlatul Ulama Bali

^{1,4,5}Program Studi Sistem Informasi, ²Program Studi Statistik, ³Program Studi Teknik Lingkungan

*e-mail: aing.chie@gmail.com¹, windylestari.01@gmail.com², riyanibela@istnuba.ac.id³, adrian@istnuba.ac.id⁴, nagishashiota100@gmail.com⁵

Abstrak

Promosi produk secara online telah menjadi budaya baru pada era saat ini, salah satu pendekatannya adalah dengan mengunggah foto ataupun video pada media sosial. Foto maupun video yang dirancang dengan baik memiliki potensi besar untuk memberikan pandangan positif kepada calon pembeli. Namun, terdapat beberapa hambatan dalam upaya membuat foto maupun video yang menarik. melalui video. Salah satunya yaitu bagaimana teknik dalam pengam bilan dan mengolah foto maupun video, seperti teknik menyisipkan teks, teknik menyisipkan musik/audio, bagaimana mengatur tingkat kecerahan foto/video. Selain itu, terdapat tantangan distribusi video, dimana pembuatan video sering kali memerlukan aplikasi dengan kebutuhan sumber daya yang signifikan. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan informasi tentang cara pengambilan foto maupun video yang baik dan menarik menggunakan *smartphone*. Mayoritas Ibu Rumah Tangga (IRT) di Perumahan Alam Saru meruka Pelaku UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner yang cenderung memiliki pemahaman dan keterampilan yang terbatas dalam hal perkembangan media sosial dan editing foto/video. Oleh karena itu, diperlukan adanya kegiatan pendampingan untuk menambah wawasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan *smartphone* untuk pengambilan foto serta video. Hal tersebut merupakan salah satu kunci membantu IRT pelaku UMKM Perumahan Alam Sari untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, meningkatkan kualitas visual produk dan akhirnya mendukung daya saing produk.

Kata kunci: Media Sosial, UMKM, Promosi

Abstract

Online product promotion has become a new culture in the current era, one approach is to upload photos or videos on social media. Well-designed photos and videos have great potential to give a positive view to potential buyers. However, there are several obstacles in the effort to create interesting photos and videos. One of them is the technique of taking and processing photos and videos, such as the technique of inserting text, the technique of inserting music/audio, and how to adjust the brightness level of photos/videos. There is also the challenge of video distribution, where video creation often requires applications with significant resource requirements. The main challenge faced is the limited information on how to take good and interesting photos and videos using smartphones. The majority of housewives in Alam Saru Housing are MSME entrepreneurs engaged in the culinary sector who tend to have limited understanding and skills in terms of social media development and photo/video editing. Therefore, mentoring activities are needed to increase knowledge and skills in using smartphones for taking photos and videos. This is one of the keys to helping housewives in Alam Sari Housing MSME entrepreneur utilize technology optimally, improve product visual quality, and ultimately support product competitiveness.

Keywords: Social Media, MSMEs, Promotion

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi pada era globalisasi ini tidak lepas dari kehidupan bermasyarakat. Kecanggihan teknologi saat ini menghadirkan beberapa kemajuan, diantaranya di bidang teknologi informasi. Hal itu ditunjukkan dengan adanya internet dan *gadget* yang

membuat komunikasi pada era sekarang menjadi lebih mudah dengan jangkauan yang luas. Perkembangan teknologi informasi juga berdampak pada perubahan pola dan sistem kehidupan sosial masyarakat. Berkat teknologi pula, informasi dapat diketahui dan menyebar luas dengan cepat. Jumlah pengguna internet semakin hari semakin meningkat. Hal tersebut sesuai dengan laporan Asosiasi Penyedia Jasa Internet tentang profil internet indonesia tahun 2022, yang menyatakan bahwa Rasio pengguna internet apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat pada tahun 2018 sebesar 64,8% lalu pada tahun 2019-2020 naik menjadi 73,7% (Cindy Mutia Annur, 2022). Perkembangan internet yang sangat cepat juga ditunjukkan dengan adanya beberapa sosial media yang hadir di tengah-tengah masyarakat.

Facebook, instagram, tiktok, whatsapp, telegram, dsb. Merupakan media sosial yang banyak digunakan dan dikenal oleh masyarakat. Adanya beberapa media sosial tersebut, banyak melahirkan masyarakat kreatif seperti konten kreator. Media sosial juga digunakan sebagai alat untuk menambah penghasilan dengan memanfaatkan *digital marketing* oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu dibutuhkan kreatifitas dalam membuat gambar foto, dan video untuk dijadikan media promosi produk. Gambar dan video tersebut tentunya dibuat sebagus mungkin sehingga mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk UMKM kita, hal tersebut diharapkan mampu meningkatkan penjualan UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, kami selaku *stake holder* melakukan kegiatan pengabdian masyarakat terhadap ibu-ibu Perumahan Alam Sari sebagai pelaku UMKM untuk dilakukan pendampingan pembuatan dan atau proses editing foto dan video dengan memanfaatkan gadget yang dimiliki. Tujuannya agar ibu-ibu pelaku UMKM dapat membuat konten foto dan video secara mandiri untuk dapat dijadikan konten promosi produk di berbagai *platform* media sosial.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini yaitu dengan metode ceramah, praktek dan tanya jawab terkait proses pengambilan dan mengedit gambar/foto, video menggunakan *smartphone*. Selain itu, penugasan diberikan kepada peserta untuk dapat mengetahui hasil dari pemahaman peserta terhadap pembuatan dan edit gambar, video.

Pertama materi yang disampaikan yaitu memperkenalkan beberapa media sosial yang ada. Kedua, pembahasan secara teknis aplikasi apa yang digunakan untuk mengedit foto/video dan bagaimana teknik dalam pengambilan foto dan cara mengedit foto/video, serta bagaimana cara menyisipkan teks, musik, memberi efek pada foto/video agar lebih menarik. Ketiga Disampaikan juga materi tentang *hashtag* supaya hasil foto/video dapat segera diketahui oleh calon penonton.

Pada proses penyampaian materi dalam pelaksanaan pendampingan ini, unsur tanya jawab dilakukan pada setiap kesempatan yang ada, baik itu pada saat pemaparan materi, praktek maupun penugasan. Para peserta dapat bertanya di setiap pertemuan bila ada sesuatu hal yang ingin ditanyakan dan dikomunikasikan pada pemateri. Dengan harapan dapat mempercepat proses pemahaman peserta tentang bagaimana mengedit foto/video dengan baik. Sesi penugasan merupakan kegiatan dimana peserta melakukan proses pengambilan foto/video dari sudut/angel yang menarik secara mandiri, kemudian hasil foto/video tersebut diedit secara mandiri dengan menyisipkan teks, musik, mengatur tingkat kecerahan foto/video sehingga menghasilkan foto/video yang menarik dan nyaman untuk dilihat. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil foto/video sebelum dilakukannya pendampingan dan setelah dilakukan pendampingan oleh beberapa pemateri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan di Perumahan Alam Sari pada hari Sabtu, tanggal 21 Oktober 2023. Adapun jumlah peserta yang mengikuti pendampingan editing foto dan video yaitu sebanyak sepuluh peserta. Pada pelaksanaan peserta dibagi menjadi dua kelompok dengan masing-masing kelompok berjumlah lima orang. Pemateri dan pendamping kegiatan ini merupakan dosen tetap Institut Sains dan Teknologi Nahdlatul Ulama Bali dengan rincian dua orang dosen Prodi Sistem Informasi, satu orang dosen Prodi Statistik, satu orang dosen Prodi Teknik Lingkungan, dan satu orang mahasiswa Prodi Sistem Informasi. Dalam kegiatan ini telah disampaikan materi pendampingan berupa perkembangan media sosial sebagai sarana dan media digital marketing, teknik mengambil foto/video, aplikasi mengedit foto/video, teknik mengedit, dan tips membuat konten yang berkaitan antar potongan video yang ada. Para peserta juga melakukan pengambilan foto, merekam sejumlah video dan menambahkan sejumlah fasilitas yang ada di dalam aplikasi edit foto/video tersebut. Fasilitas yang ada diantaranya adalah penambahan teks, penambahan audio, dan memotong sejumlah potongan video, menamam tingkat kecerahan foto/video. Materi foto/video yang telah ditambahkan dengan sejumlah fasilitas tersebut dilakukan evaluasi dan diberi masukan oleh pemateri dan tim pendamping.

Kegiatan pendampingan ini memberi tambahan pengetahuan, keterampilan dan wawasan bagi peserta dalam melakukan edit foto ataupun video untuk dijadikan konten pada media sosial sebagai media *digital marketing* produk. Penambahan pengetahuan yang didapatkan peserta kegiatan pendampingan ini dengan sejumlah materi terkait teknik gambar, teknik pengambilan video, menginput teks, mengedit video, dan menambahkan audio, mengatur tingkat kecerahan gambar maupun video. Sehingga peserta memperoleh keterampilan dalam mengambil gambar ataupun video dengan teknik yang tepat, mampu memotong video, mampu menambahkan audio dan teks, dan juga mampu memotong ataupun memilih video yang diinginkan. Adapun penambahan wawasan yang diperoleh peserta kegiatan pendampingan ini yaitu mengetahui keadaan bahwa semakin banyak pihak-pihak yang menggunakan media sosial media digital marketing dan banyak pula yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana mencari produk.

Tabel dan Gambar



Gambar 1. Peserta Pendampingan Kelompok 1



Gambar 2. Peserta Pendampingan Kelompok 2



(a)



(b)

Gambar 3. Hasil Editing Foto (a) sebelum pendampingan (b) sesudah pendampingan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pendampingan editing foto dan video bagi ibu-ibu pelaku UMKM di Perumahan Alam Sari dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menambah pengetahuan tentang dasar pengambilan foto produk yang baik. Pengetahuan yang diberikan sangat bermanfaat untuk mendapatkan hasil foto yang baik, peserta juga memiliki kemampuan tambahan untuk editing foto dan menyisipkan teks maupun musik/audio. Peserta juga memiliki wawasan tentang media sosial yang dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk dengan memanfaatkan internet (*digital marketing*). Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga memberikan dampak positif bagi ibu-ibu pelaku UMKM, karena mampu memanfaatkan *gadget* untuk hal yang produktif. Sebagian besar peserta sangat antusias dalam mengikuti serangkaian kegiatan PKM dari mulai penyajian materi hingga proses pendampingan editing, hal tersebut dilihat dari keberhasilan editing foto dan video serta improvisasi yang dilakukan oleh peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cindy Mutia Annur. (2022, March 23). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- [2] Rahayu, Mutiara, and Zumrotul Fitriyah. "Keterampilan Foto dan Video Sebagai Peningkatan Branding Produk Bagi UMKM Kelurahan Rungkut Tengah." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 5.1 (2024): 152-158.
- [3] Angelita, Pristian Pratama, et al. "PENINGKATAN KUALITAS FOTO DAN VIDEO PRODUK MELALUI PENDAMPINGAN BAGI UMKM DI KELURAHAN KEPUTIH KECAMATAN SUKOLILO KOTA SURABAYA." *Musyawarah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1.4 (2023): 10-20.
- [4] Anang Sugeng Cahyono. (n.d.). Pengaruh Media Sosial. *Jurnal Unita*, 140–157. Retrieved December 26, 2022, from <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- [5] Oktarina, Riesta Ayu, et al. "Pendampingan Branding School dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu–Ibu Guru TK Se-Kabupaten Sidoarjo." *Journal of Indonesian Society Empowerment* 1.2 (2023): 46-54.
- [6] Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi." *Jurnal Common* 3.1 (2019): 71-80.
- [7] Putri, Ranti Eka, M. Wasito, and Ayu Nadia Lestari. "Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai." *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 4.3 (2023): 667-675.
- [8] Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas media sosial sebagai media promosi." *Tirtayasa Ekonomika* 12.2 (2017): 212-231.