Asistensi dan Pelatihan Pembuatan Video Promosi Pada Sapo Rumbia Villa and Cottage

Assistance and Training in Making Promotional Videos at Sapo Rumbia Villa and Cottage

Mikha Dayan Sinaga [a,1], Nita Sari Br Sembiring[a,2], Erwin Ginting[a,3], Salsa Carissa Sinaga[a,4], Charles Jhony Mantho Sianturi[a,5], Noprita Elisabeth Sianturi[a,6]
[a]Universitas Potensi Utama, Jalan KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241, Indonesia
mikhadayan88@gmail.com[1], nita.sembiring86@gmail.com[2], erwinginting82@gmail.com [3], salsasinaga87@gmail.com[4], 79sianturi@gmail.com[5], novryelisa@gmail.com[6]

ABSTRAK

Sapo Rumbia Villa and Cottage merupakan salah satu penginapan yang terletak di bawah bukit Gundaling Berastagi. Saat ini penginapan Sapo Rumbia memiliki lebih dari 40 kamar yang terdiri dari berbagai macam tipe. Sapo Rumbia juga memiliki 1 villa yang letaknya bersampingan dengan penginapan. Untuk memasarkan villa dan kamar-kamar penginapannya, Sapo Rumbia menggunakan video yang direkam melalui kamera handphone dan tanpa melalui editing yang baik. Di sekeliling penginapan Sapo Rumbia terdapat banyak Perkebunan milik warga yang dapat menambah kesan indah pada penginapan tersebut. Selain Perkebunan milik warga, disekitar paenginapan Sapo Rumbia juga banyak terdapat pemandangan bukit dan gunung yang dapat memnjakan mata wisatawan yang menginap di penginapan ini. Pihak Sapo Rumbia Villa and Cottage kurang mengeksplore keindahan alam sekitar dalam video promosi yang telah dibuat. Transisi antar scene dalam konten video promosi juga belum dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menambah keinginan Masyarakat untuk melihat video sampai selesai. Kegiatan ini juga memiliki beberapa manfaat yaitu membantu pihak pengelola dalam mempromosikan villa dan penginapannya, mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi terkait Sapo Rumbia Villa and Cottage, dan Meningkatkan pendapatan Sapo Rumbia dari promosi yang telah dibuat.

Kata Kunci : Pengabdian Kepada Masyarakat; Video Promosi; Penginapan; Sapo Rumbia.

ABSTRACT

Sapo Rumbia Villa and Cottage is one of the accommodations located under the Gundaling Berastagi hill. Currently Sapo Rumbia accommodation has more than 40 rooms consisting of various types. Sapo Rumbia also has 1 villa which is located next to the accommodation. To market its villas and accommodation rooms, Sapo Rumbia uses videos recorded via cellphone cameras and without proper editing. Around the Sapo Rumbia inn there are many plantations owned by residents which can add a beautiful impression to the inn. Apart from plantations owned by residents, around the Sapo Rumbia accommodation there are also many views of hills and mountains that can pamper the eyes of tourists who stay at this accommodation. Sapo Rumbia Villa and Cottage does not explore the beauty of the surrounding nature in the promotional videos that have been made. Transitions between scenes in promotional video content have also not been made as attractive as possible so that it can increase people's desire to watch the video until the end. This activity also has several benefits, namely helping the management in promoting their villas and accommodation, making it easier for the public to obtain information regarding Sapo Rumbia Villa and Cottage, and increasing Sapo Rumbia's income from the promotions that have been made.

Keywords : Community service; Promotion Video; Hotel; Sapo Rumbia.

Info Artikel :

Disubmit: *Direview:* *Diterima :*

Copyright © 2024 - PUBLIDIMAS. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Sapo Rumbia Villa and Cottage merupakan salah satu penginapan yang terletak di bawah bukit Gundaling Berastagi. Saat ini penginapan Sapo Rumbia memiliki lebih dari 40 kamar yang terdiri dari berbagai macam tipe. Sapo Rumbia juga memiliki 1 villa yang letaknya bersampingan dengan penginapan. Untuk memasarkan villa dan kamar-kamar penginapannya, Sapo Rumbia menggunakan video yang direkam melalui kamera handphone dan tanpa melalui editing yang baik. Kemudian Sapo Rumbia mengunggah video tersebut melalui media sosial seperti facebook dan Instagram [1][2].

Di sekeliling penginapan Sapo Rumbia terdapat banyak Perkebunan milik warga yang dapat menambah kesan indah pada penginapan tersebut. Selain Perkebunan milik warga, disekitar paenginapan Sapo Rumbia juga banyak terdapat pemandangan bukit dan gunung yang dapat memnjakan mata wisatawan yang menginap di penginapan ini. Pihak Sapo Rumbia Villa and Cottage kurang mengeksplore keindahan alam sekitar dalam video promosi yang telah dibuat. Transisi antar scene dalam konten video promosi juga belum dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menambah keinginan Masyarakat untuk melihat video sampai selesai.

Promosi adalah kegiatan setiap komunikasi yang berusaha mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang umumnya mempromosikan merek, produk, dan layanan dengan mengidentifikasi target perusahaan dan menemukan cara untuk menyampaikan pesan kepada konsumen [3][4]. Banyak bentuk promosi yang dapat dibuat, salah satunya dalam bentuk video digital.

Video digital dianggap sebagai media yang lengkap karena menggabungkan unsur visualisasi yang nyata seperti gerak, suara, gambar, dan unsur musik dalam satu kesatuan multimedia [4][5]. Konten video yang dikemas dengan baik, menarik secara visual, dan informatif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Ini merupakan bagian dari aktivitas promosi yang dilakukan melalui pembuatan video [6][7]. Video promosi yang akan dibuat akan memuat informasi detail terkait kamar, fasilitas dan alam sekitar yang dapat menarik wisatawan untuk menginap di penginapan Sapo Rumbia.

Kegiatan paengabdian kepada masyarakat yang dilakukan memiliki tujuan yaitu membuat video promosi yang memuat konten penginapan Sapo Rumbia dan alam sekitarnya sehingga dapat memberikan informasi terkait Sapo Rumbia Villa and Cottage kepada masyarakat luas. Kegiatan ini juga memiliki beberapa manfaat yaitu membantu pihak pengelola dalam mempromosikan villa dan penginapannya, mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi terkait Sapo Rumbia Villa and Cottage, dan Meningkatkan pendapatan Sapo Rumbia dari promosi yang telah dibuat.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini memiliki enam struktur kerja utama, yaitu mulai dari Menjumpai Mitra, kemudian Mengumpulkan Data, Pembuatan Website Promosi, Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian, Peningkatan Pengetahuan Masyarakat akan Sapo Rumbia Villa & Cottage dan yang terakhir Evaluasi Kegiatan. Prosedur kerja kegiatan ini ditunjukkan pada gambar 1.

DOI: https://www.doi.org/10.22303/publidimas.1.1.2021.01-10



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM

Berikut beberapa alur kegiatan yang akan dilakukan dalam pengabdian ini, yaitu:

1. Merumuskan konsep video. Kegiatan ini dimulai dengan merumuskan konsep video bersama mitra. Konsep video harus melalui kesepakan dengan mitra.
2. Mengumpulkan data dan observasi. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan datang langsung ke penginapan Sapo Rumbia untuk mewawancarai pihak Sapo Rumbia dan observasi dilokasi penginapan.
3. Perekaman video promosi yang baik dan sesuai untuk memasarkan penginapan Sapo Rumbia.
4. Pembuatan dan editing video promosi. Pada tahap ini dilakukan asistensi dalam pembuatan dan editing kepada pegawai Sapo Rumbia dalam membuat video promosi.
5. Video promosi selesai dan penyebaran video. Pada tahap ini pembuatan video telah selesai dan dilakukan penyebaran video promosi melalui media sosial penginapan maupun media lainnya.
6. Evaluasi kegiatan. Selanjutnya dilakukan evaluasi kegiatan PKM untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari kegiatan PKM.

3. HASIL DAN DAMPAK PELAKSANAAN

A. Hasil

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Melakukan kunjungan ke Sapo Rumbia Villa & Cottage.
   Pada kegiatan ini, tim dari kegiatan PKM mengunjungi mitra ke Berastagi untuk mewawancarai dan observasi lokasi penginapan Sapo rumbia. Adapun kegiatan mengunjungi mitra dapat dilihat pada gambar berikut [2][4].

e-ISSN: 2776-8481





DOI: https://www.doi.org/10.22303/publidimas.1.1.2021.01-10


Sapo Rumbia

e-ISSN: 2776-8481



Gambar 2. Kunjungan dan Observasi ke Sapo Rumbia Villa & Cottage

DOI: https://www.doi.org/10.22303/publidimas.1.1.2021.01-10

2. Melakukan Pengambilan Video
   Pada tahap ini dilakukan pengambilan video dan gambar yang dibutuhkan dalam pembuatan video promosi ini [8][9][10]. Adapaun beberapa video dan gambar yang diambil pada tahap ini dapat dilihat pada gambar berikut.



e-ISSN: 2776-8481



DOI: https://www.doi.org/10.22303/publidimas.1.1.2021.01-10


Sapo Rumbia
SR
Hotel & Villa



Gambar 3. Kondisi Lokasi dan Penginapan Sapo Rumbia Villa & Cottage

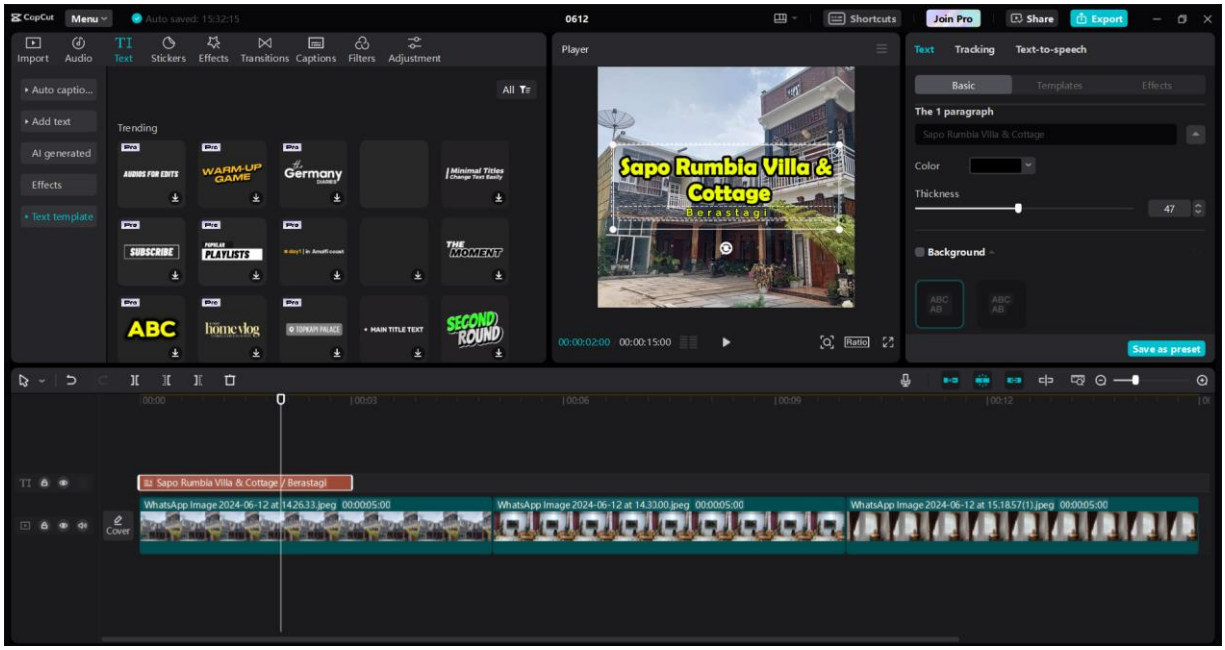
3. Melakukan asistensi dan pelatihan dalam proses pembuatan video promosi dengan menggunakan aplikasi Capcut [11][12]. Aplikasi Capcut dipilih karena aplikasi ini memiliki banyak fitur yang dapat digunakan untuk pembuatan video promosi. Aplikasi ini juga ringan untuk dijalankan sehingga dapat digunakan di PC lama yang ada di Sapo Rumbia Villa & Cottage. Adapun proses asistensi dan pelatihan pembuatan video dapat dilihat pada gambar berikut.



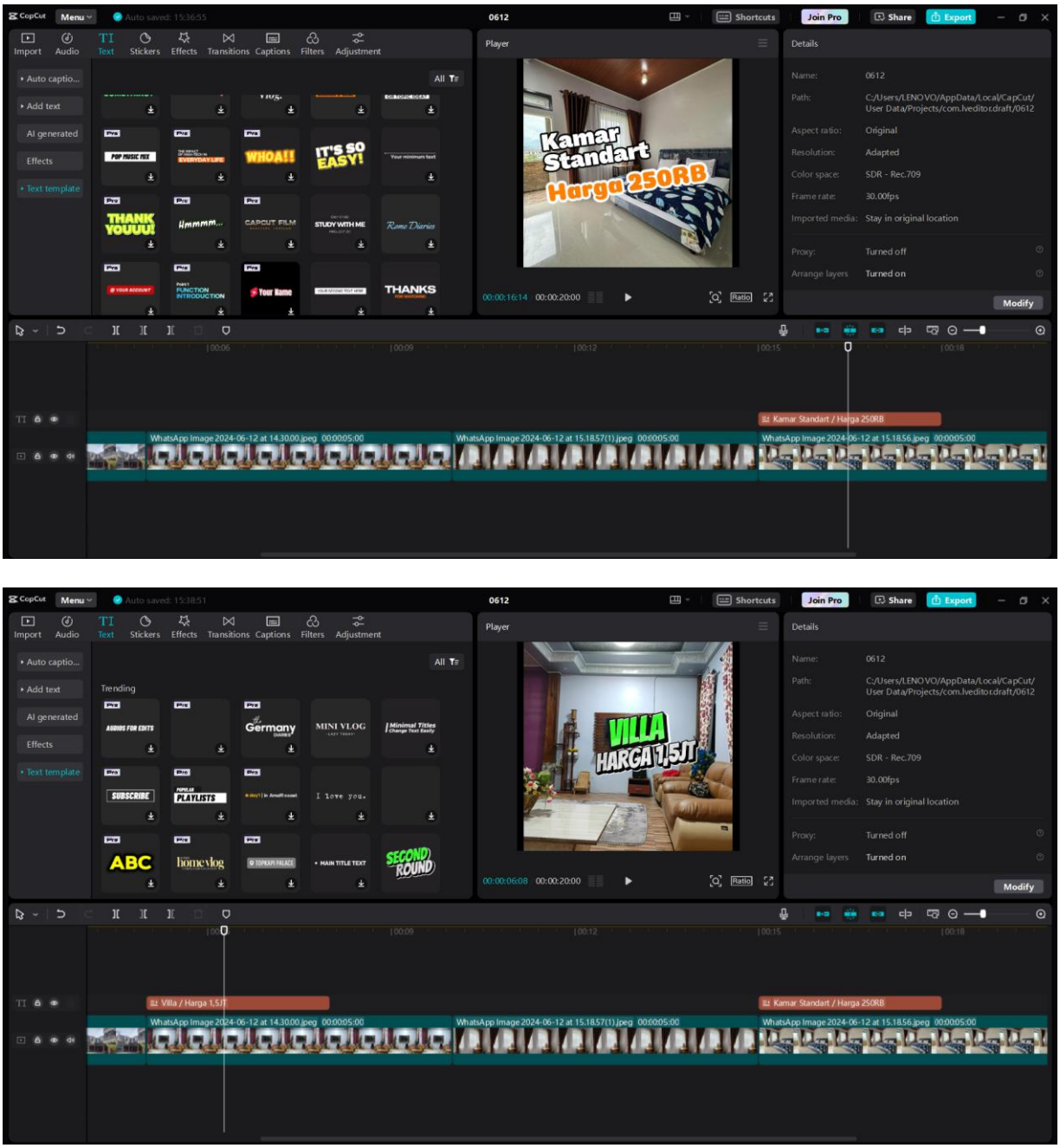


Gambar 4. Asistensi dan Pelatihan Pembuatan Video Promosi
Kepada Pegawai Sapo Rumbia Villa & Cottage

Adapun proses editing video dan gambar dengan menggunakan aplikasi Capcut dapat dilihat pada gambar berikut.



e-ISSN: 2776-8481



Gambar 5. Proses Editing Video Promosi Sapo Rumbia Villa & Cottage

Dampak dari pelaksanaan kegiatan ini ialah bertambahnya pengetahuan dari pegawai penginapan tentang bagaimana cara membuat dan meng-*edit* video promosi dengan baik. Adapun hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut.

DOI: https://www.doi.org/10.22303/publidimas.1.1.2021.01-10

Table 1. Dampak Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kriteria	Pengukuran Keberhasilan	
	Sebelum Kegiatan	***Setelah Kegiatan***
Pengambilan Gambar	1 Paham, 6 Tidak Paham	7 Paham
Pengambilan Video	1 Paham, 6 Tidak Paham	7 Paham
Editing Video	2 Paham, 5 Tidak Paham	7 Paham

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat sebelum kegiatan pendampingan dilakukan ada beberapa pegawai belum memiliki pemahaman yang cukup dalam membuat dan mengedit video promosi dengan baik. Setelah kegiatan selesai dilakukan, maka diperoleh hasil seluruh pegawai penginapan yang ikut dalam kegiatan menjadi paham atau mengetahui bagaimana cara membuat dan mengedit video promosi dengan baik.

B. Dampak Pelaksanaan

Berdasarkan wawancara, tanya jawab dan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengetahuan para pegawai Sapo Rumbia Villa & Cottage dalam mengambil gambar dan video.
2. Meningkatnya pengetahuan para pegawai Sapo Rumbia Villa & Cottage dalam menggunakan aplikasi Capcut untuk mengedit video.

Pada kegiatan PKM ini juga ada beberapa faktor yang mendukung dan menghambat kegiatan. Adapaun faktor pendukung kegiatan ini ialah besarnya minat dan antusiasme peserta selama kegiatan dan keramahan dan sambutan yang baik dari pemilik serta pegawai dalam proses kegiatan, sehingga kegiatan berlangsung dengan lancar dan efektif. Sedangkan faktor penghambat dari kegiatan ini ialah keterbatasan waktu pelatihan, dan keterbatasan alat yang mendukung selama pelatihan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu bertambahnya pengetahuan para pegawai tentang teknik pengambilan gambar dan video yang baik. Para pegawai juga menjadi paham tentang penggunaan aplikasi Capcut untuk membuat atau mengedit video promosi, sehingga para pegawai dapat memanfaatkan ilmu yang diperoleh untuk membuat atau mengedit video promosi dikemudian hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama atas dukungan yang diberikan untuk pelaksanaan kegiatan PKM ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada mitra yaitu Sapo Rumbia Villa & Cottage karena telah melungakan waktu dan tenaga demi suksesnya kegiatan PKM ini.

REFERENSI

[1] M. D. Sinaga, N. S. B. Sembiring, C. J. M. Sianturi, E. Ginting, N. Elisabeth, and I. Ramadhani, “Rancang Bangun Website Promosi Pada Sapo Rumbia Villa and Cottage,” *PUBLIDIMAS (Publikasi Pengabdi. Masyarakat)*, vol. 2, no. 2, pp. 262–272, 2022.

[2] N. S. B. Sembiring, M. D. Sinaga, Y. H. Nainggolan, and N. E. Sianturi, "Pelatihan Penggunaan Microsoft Excel Dalam Membuat Laporan Keuangan di Sapo Rumbia Villa & Cottage," *PUBLIDIMAS (Publikasi Pengabdi. Masyarakat)*, vol. 3, no. 1, pp. 57–69, 2023.

[3] A. Rosetia *et al.*, "MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM KULINER KUMMI BOLEN MELALUI VIDEO PROMOSI," *Pros. Natl. Conf. Community Serv. Proj.*, vol. 3, no. 1, 2021.

[4] E. Z. Zed, P. Purnamasari, and I. Nawangsih, "Pelatihan Perancangan Aset Vidio Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Wisata di Jawa Barat," *SABAJAYA J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 132–138, 2024.

[5] S. R. D. Harahap, "PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA 'NEGERI WISATA SEJUTA PESONA' TAPANULI TENGAH," *Baseline*, 2023.

[6] I. F. Latiep and A. R. F. Putri, "Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk," *J. Career Dev.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–6, 2023.

[7] N. Wahyuni, S. Djonnaidi, F. Miladiyenti, and A. P. Ramadhani, "PEMANFAATAN VIDEO PROFIL KAMPUNG KERAJINAN DAUR ULANG SAMPAH DAN SERIBU KERIPIK SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN PENGEMBANGAN KAMPUNG TEMATIK KELURAHAN BATU GADANG KECAMATAN LUBUK KILANGAN PADANG," *J-Abdi*, vol. 2, no. 11, pp. 6867–6874, 2024.

[8] R. K. Lubis, A. Zein, and I. Salsabiela, "Perancangan Cinematic Video Sebagai Media Promosi Kampus II Stmik Pelita Nusantara Lubuk Pakam," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Nusant.*, vol. 4, no. 3, pp. 1814–1820, 2023.

[9] A. Budiman, Y. Dwi, D. Irwan, Y. Fitri, and A. Lubis, "PELATIHAN APLIKASI PENGOLAH VIDEO BAGI PROMOSI PRODUKSI BARANG JADI PADA UNIT DAGANG ROSNANI CHAN," *J. Has. Pengabdi. Masy.*, vol. 01, no. 02, pp. 67–72, 2022.

[10] M. Suardi and T. Wiraseptya, "Pengembangan Video Promosi Desa Wisata Teluk Buo untuk Menarik Minat Wisatawan," *Maj. Ilm. UPI YPTK*, vol. 30, no. 2, 2023, doi: 10.35134/jmi.v30i2.148.

[11] A. M. Jasmine and R. B. Loen, "Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry," *JTIM J. Teknol. Inf. dan Multimed.*, vol. 2, no. 2, pp. 125–132, 2020.

[12] A. O. Pebiansyah *et al.*, "MEMBUAT VIDEO PROMOSI DIGITAL DENGAN PROVOCATION METHOD (HOOK & TAGLINE)," *J-Abdi*, vol. 3, no. 9, pp. 2049–2058, 2024.