

Perancangan Advertising Melalui Pembuatan Video Menu Terbaru Umkm Pada Media Online

Lily Purwianti, Antoni Halim, Annisya Putri Nadhia, Erni, Muhammad Baharudin, Wiyandi

Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: lily.purwianti@uib.edu, annisanadhia7@gmail.com

Abstrak

Pembuatan video menu terbaru UMKM pada media *online* merupakan tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini. Mitra dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu Tresna Coffee. Video yang telah disiapkan diberikan kepada pihak Tresna Coffee sehingga menjadi bahan promosi dan diunggah ke media sosial milik mitra. Aplikasi yang digunakan dalam melakukan pengeditan video yaitu menggunakan aplikasi *adobe premiere pro*. Edukasi juga diberikan kepada pihak mitra sehingga pihak mitra dapat membuat video menu terbaru secara mandiri tanpa memerlukan bantuan dari pihak luar. Edukasi yang telah diberikan dapat diterapkan dan menambah ilmu bagi pihak UMKM *coffee shop* Tresna Coffe untuk sekarang dan diharapkan bisa digunakan untuk masa yang akan datang juga.

Kata Kunci: Program Pengabdian Kepada Masyarakat, Video Menu Terbaru, Media Sosial

Abstract

Create the latest MSME menu videos on online media is the goal of this community service program. The partner of this community service program is Tresna Coffee. Videos that have been given to Tresna Coffee become promotional materials and are uploaded to partners' social media. The application used for video editing is Adobe Premiere Pro application. Education is also provided to partners so that partners can create the latest video menus independently without requiring outside assistance. The education that has been given can be applied and increase knowledge to the MSME coffee shop Tresna Coffee for now and is expected to be used in the future as well.

Keywords: *Community Service Program, Latest Menu Video, Social Media*

Pendahuluan

Bisnis makanan maupun minuman merupakan salah satu bisnis yang memiliki potensi yang berkembang pesat dan cukup besar. Keuntungan yang dihasilkan dari bisnis kuliner ini cukup banyak bagi para pelaku usaha. Perkembangan di dunia bisnis dan perubahan pola pikir membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih suatu produk yang diinginkan dan dibutuhkan untuk dikonsumsi. Perusahaan harus menjadi lebih inovatif dan cerdas dalam menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen dan cerdas dalam

menciptakan suatu lokasi usaha yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Hal yang diperhatikan konsumen sebelum membeli suatu produk yaitu harga, lokasi, dan bagaimana produk ditawarkan.

Persaingan bisnis yang ketat terutama persaingan antara bisnis yang sejenis mengakibatkan perusahaan didorong untuk bergerak lebih menarik konsumen untuk membeli produknya. Perusahaan yang menerapkan konsep strategi pemasaran perlu memperhatikan perilaku faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu

produk dalam usaha pemasaran sebuah produk. Terdapat suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing lainnya. Teknik menarik para konsumen untuk mempengaruhi kegiatan pembelian suatu produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya yaitu promosi.

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 (Yusuf,2020). Sebagian dari para pengusaha mengalami kegagalan dalam pelaksanaan promosi. Faktor-faktor dari kegagalan tersebut antara lain tidak mengerti keinginan konsumen, tidak menetapkan perencanaan yang jelas, konten promosi produk yang ditawarkan kurang baik, penyebaran promosi produk kurang luas, dan lain sebagainya. Salah satu inovasi mengedepankan usaha di era ini terutama di masa pandemi ini yaitu dengan media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana pendukung memasarkan produk dan jasa memiliki kelebihan seperti memiliki akses yang luas, biaya yang murah, dan pengoperasian yang mudah.

Program pengabdian kepada masyarakat hadir dengan tujuan meningkatkan kenyamanan kehidupan, kemandirian, dan kesejahteraan masyarakat dengan berkontribusi kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tresna Coffee yang merupakan salah satu mitra dari program tersebut membutuhkan bantuan dalam perancangan *advertising* menu terbaru UMKM pada media online. Bentuk dari perancangan *advertising* berupa pembuatan video menu-menu terbaru UMKM dan

pemberian pelatihan tentang tata cara pembuatan video kepada pihak UMKM.

Masalah

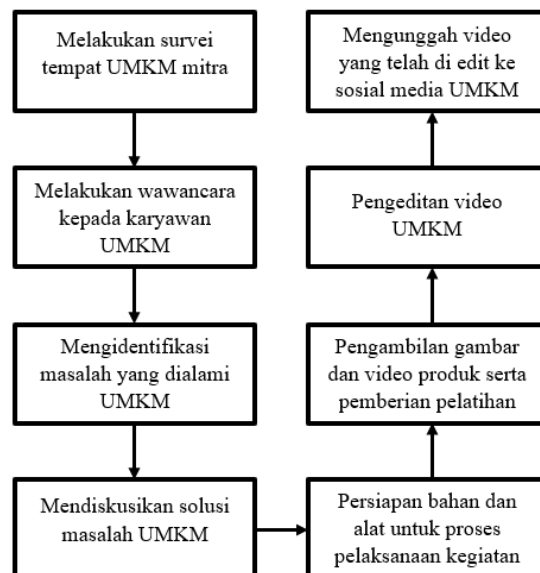
Kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh Tresna Coffee di masa pandemi COVID-19 ini yaitu strategi promosi yang kurang dikembangkan oleh pihak UMKM dan persaingan yang ketat antara perusahaan yang sejenis di area Kota Batam. Tresna Coffee merupakan *coffee shop* dari Kota Pekanbaru yang membuka cabang di Kota Batam. UMKM ini tergolong baru dikarenakan baru beroperasi selama satu tahun sehingga peminat dari minuman-minuman UMKM ini belum banyak ditambah dengan pandemi COVID-19 yang membuat pembeli semakin berkurang. Tresna Coffee telah mencoba untuk membuat strategi promosi dengan menggunakan media sosial yaitu membuat akun media sosial di *instagram* dan secara rutin mengunggah produk ke akun media sosial tersebut. Akan tetapi pengikut dari akun media sosial tersebut belum sebanyak seperti akun *instagram* pesaing bisnis lainnya sehingga diperlukan konten promosi produk yang dapat menarik calon pembeli untuk membeli produk tersebut.

Metode

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan berbagai macam metode. Sebelum memulai pelaksanaan kegiatan dibutuhkan teknik pengumpulan data. Data merupakan kumpulan fakta yang diraih dari suatu pengukuran. Data yang diperoleh secara akurat dibutuhkan suatu alat ukur yang benar dan dapat diandalkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan teknik pengumpulan kualitatif. Teknik pengumpulan kualitatif adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis peristiwa, fenomena,

persepsi seseorang, dinamika sosial, atau kelompok (William, 2021). Teknik pengumpulan data kualitatif yang digunakan dalam proses pelaksanaan kegiatan antara lain:

- Observasi : Observasi adalah salah satu aktivitas ilmiah empiris yang mendasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks dengan pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun (H. Hasanah, 2017). Pelaksanaan observasi dilakukan di Kota Batam guna mencari mitra untuk melakukan kerja sama. Jadwal kegiatan observasi ini dilaksanakan pada minggu pertama kerja.
- Wawancara : Wawancara merupakan teknik sistematis dalam memperoleh informasi-informasi dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan lisan mengenai suatu topik atau peristiwa pada masa lalu, masa kini, dan akan datang (I. Pujaastawa, 2016). Cara ini digunakan saat peneliti dan responden melakukan tanya jawab untuk memperoleh informasi demi keperluan data primer. Kegiatan wawancara dilangsungkan di tempat UMKM mitra dan juga melalui media sosial pada minggu pertama kerja. Informasi yang diperoleh seperti nama pemilik, bidang UMKM, jumlah karyawan, mengidentifikasi masalah UMKM, DLL. Di dalam tahap wawancara juga mendiskusikan masalah yang dihadapi mitra dan memberikan solusi melalui kegiatan mata kuliah kewarganegaraan.



Gambar 1 Proses perancangan pembuatan video promosi menu-menu terbaru Tresna Coffee, sumber: Data diolah (2021).

Proses perancangan luaran dimulai dari penentuan lokasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kota Batam. Survei yang telah dilakukan di beberapa tempat bertujuan untuk mencari satu UMKM yang disetujui. Di hari pelaksanaan observasi dilakukannya kesepakatan persetujuan dan wawancara kepada pihak UMKM untuk memperoleh informasi rinci agar dapat mengidentifikasi masalah yang dialami UMKM kemudian memasuki tahap pelaksanaan implementasi. Perancangan *advertising* melalui pembuatan video diawali dari proses pengambilan gambar dan video produk-produk. Proses pengeditan video didukung menggunakan aplikasi *adobe premiere pro*. *Adobe premiere pro* adalah perangkat lunak atau *software* penyunting video yang digunakan khusus untuk membuat rangkaian gambar, audio, dan video (Setiyaningsih, Y., 2021). Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan durasi dan waktu kegiatan sebagai berikut.

No.	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
1.	19 Juni 2021	Melakukan survei tempat UMKM mitra.
2.	21 Juni 2021	Melakukan wawancara kepada karyawan UMKM, mengidentifikasi masalah, dan mendiskusikan solusi masalah yang dihadapi UMKM.
3.	21 Juni 2021 – 29 Juni 2021	Penyusunan dan persetujuan proposal kegiatan..
4.	28 Juni 2021	Pengambilan gambar dan video menu UMKM dan pemberian pelatihan kepada karyawan.
5.	29 Juni 2021 – 24 Juli 2021	Pengeditan video.
6.	15 Juli – 27 Juli 2021	Penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan.

Tabel 1 Jadwal pelaksanaan kegiatan pembuatan video promosi menu-menu terbaru Tresna Coffee

Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat menciptakan dua video menu-menu terbaru UMKM yang dilakukan oleh dua anggota kelompok. Tahap pertama dalam pembuatan video yaitu pengambilan video menggunakan kamera pada tanggal 28 juni 2021 di Tresna Coffee. Tahap selanjutnya adalah pengeditan video menggunakan aplikasi *adobe premiere pro*. Video perkenalan produk yang pertama menampilkan nama-nama lima jenis produk terbaru yang diproduksi oleh UMKM dan video dengan alamat dari Tresna Coffee dan nama aplikasi pemesanan produk. Durasi dari video tersebut yaitu dua puluh delapan detik. Video ditambahkan *backsound* sehingga video tidak terlalu monoton.



Gambar 1 Gambar cuplikan video 1 promosi menu-menu

Video perkenalan menu yang kedua berisi tentang deskripsi lebih jelas dari tiap-tiap produk yang ditampilkan. Setiap produk yang disajikan deskripsi berupa komposisi dari minuman tersebut. Komposisi produk yang ditampilkan dapat membantu konsumen dalam memilih rasa produk yang diinginkan. Video berdurasi satu menit tiga puluh tiga detik ini juga diberi *backsound* dengan video pertama akan tetapi video juga ditambahkan narasi dari salah satu anggota kelompok yang menjelaskan komposisi dari tiap produk sehingga konsumen hanya perlu mendengarkan penjelasan dari narasi tersebut.



Gambar 2 Gambar cuplikan video 2 promosi menu-menu terbaru Tresna Coffee

Pemberian edukasi tata cara pembuatan video kepada pihak UMKM bertujuan agar pihak UMKM dapat membuat video promosi selanjutnya secara mandiri tanpa meminta bantuan dari pihak luar. Proses pemberian edukasi dilaksanakan di tempat UMKM secara langsung. Aplikasi yang digunakan dalam pemberian edukasi yaitu aplikasi *adobe*

premiere pro sebagai aplikasi pengeditan video. *Adobe premiere pro* memiliki fitur dan *tools* yang lengkap sehingga mempermudah dalam pengeditan video yang diinginkan dan siapapun dapat menggunakannya. Pihak UMKM sebelumnya pernah menggunakan aplikasi *adobe premiere pro* akan tetapi pihak UMKM hanya mengetahui *tools* dasar dari aplikasi ini sehingga salah satu anggota kelompok yang mempunyai keahlian lebih dalam bidang *adobe Premiere Pro* memberikan wawasannya kepada pihak UMKM bagaimana membuat video promosi secara maksimal sehingga pihak UMKM dapat mengetahui tiap fungsi fitur dan dapat menggunakan dari *tool-tool* lain dari *Adobe Premiere Pro* di proses pembuatan video promosi mereka selanjutnya.



Gambar 3 Foto bersama beberapa anggota kelompok dengan pemilik UMKM Tresna Coffee

Video-video menu terbaru akan diimplementasikan dengan mengunggah video ke media sosial *instagram* UMKM. Dalam proses pengunggahan video digunakan *instagram ads* sehingga produk bisa dipromosikan di jenjang yang lebih luas. *Instagram Ads* adalah *platform* iklan di media sosial *Instagram*. Pengguna bisa mempromosikan produk maupun jasa di *feed Instagram* dan *instagram Stories* melalui *platform* ini (Mubarak, I., 2018).

Simpulan

Tresna Coffee merupakan bisnis personal yang bergerak di bidang

minuman dan salah satu dari anak perusahaan Tresna Coffee yang terletak di Pekanbaru dan bergerak dibidang *coffee shop*. Di era sekarang ini banyak konsumen yang semakin selektif dalam berperilaku memilih suatu produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Semakin ketatnya persaingan bisnis terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis ditambah dengan pandemi COVID-19 ini sehingga membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Salah satu inovasi dalam mengembangkan usaha menjadi lebih maju di zaman sekarang yaitu membuat video promosi menu-menu terbaru UMKM dengan konten menarik dan dipromosikan melalui media sosial sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen. Program pengabdian kepada masyarakat bertujuan meningkatkan kenyamanan kehidupan, kemandirian, dan kesejahteraan masyarakat dengan berkontribusi kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan membantu dalam perancangan *advertising* menu terbaru UMKM pada media online. Bentuk dari perancangan *advertising* berupa pembuatan video menu-menu terbaru UMKM dan pemberian pelatihan tentang tata cara pembuatan video kepada pihak UMKM dan pemberian edukasi tata cara pembuatan video kepada pihak Tresna Coffee.

Pihak UMKM merasa sangat terbantu dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini. Bahan ajar digital yang telah diberikan dapat diterapkan dan menambah ilmu bagi pihak UMKM *coffee shop* Tresna Coffee untuk sekarang dan diharapkan bisa digunakan untuk masa yang akan datang juga. Dan memberikan manfaat-manfaat bagi lingkungan sekitar untuk lebih paham dalam kegiatan promosi di media sosial dengan memanfaatkan akun media sosial di masa pandemi ini.

Kegiatan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dapat terselesaikan karena dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, ide, dan bantuan lainnya. Dengan adanya kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bu Dr. Lily Purwianti, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah membantu kami dengan arahan, ide, dan bimbingan dalam menyelesaikan laporan ini.
2. Seluruh dosen pembimbing lainnya yang juga ikut berpartisipasi membantu untuk meluangkan waktu memberikan arahan-arahan dalam kegiatan dan penyusunan laporan.
3. Orang tua yang telah memberikan dukungan, perhatian, dan doa dalam menyelesaikan kegiatan dan laporan ini.
4. Kepada seluruh anggota kelompok seperjuangan yang telah bekerja sama sehingga pelaksanaan kegiatan dan laporan berjalan dengan lancar.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah memberikan bantuan penyelesaian laporan ini.

Daftar Pustaka

William, A., (2021). Mengenal Teknik Pengumpulan Data Kualitatif dan

Kuantitatif. Retrieved from <https://tirto.id/mengenal-teknik-pengumpulan-data-kualitatif-dan-kuantitatif-gali>

Yusuf (2020). Pengertian Promosi Adalah Dan Jenis Promosi. Retrieved from <https://belajarekonomi.com/promosi/>

Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>

Pujaastawa, I. B. G. (2016). Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi. Universitas Udayana, 4. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf

Setiyaningsih, Y. (2021). Pengertian Adobe Premiere Pro | Definisi, Sejarah, Kelebihan, Kekurangan. Retrieved from <https://dianisa.com/pengertian-adobe-premiere-pro/>

Mubarok, I., (2018). Cara Beriklan di Instagram Ads untuk Pemula. Retrieved from <https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-membuat-instagram-ad>