


## Peningkatan Keterampilan Promosi melalui Pembuatan Video Pendek bagi Peserta Pasca Pelatihan Disnaker di Kota Depok

Mira Rosalina<sup>1\*</sup>, Noorlela Marcheta<sup>2</sup>, Hata Maulana<sup>3</sup>, Iwan Sonjaya<sup>4</sup>, Malisa Huzaifah<sup>5</sup>, Ade Rahma Yuly<sup>6</sup>, Fitria Nugrahani<sup>7</sup>, Sinantya Anindya Feranti<sup>8</sup>, Yoyok Sabar Waluyo<sup>9</sup>, Eriya<sup>10</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>Program Studi Teknik Multimedia Digital, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof G.A Siwabessy, Kukuasan, Beji, Depok, 16424, Indonesia.  
E-mail: [mira.rosalina@tik.pnj.ac.id](mailto:mira.rosalina@tik.pnj.ac.id)

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5041>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 23 Dec 2025

Revised: 28 Dec 2025

Accepted: 29 Jan 2026

#### Katakunci:

Pemasaran Digital, Video Pendek, Pelatihan CapCut, UMKM, Media Sosial

#### Keywords

*digital marketing, short-video, workshop, canva, social media*



### ABSTRACT

Dinas Ketenagakerjaan Kota Depok telah menyediakan berbagai program pelatihan keterampilan bagi warga agar memiliki keahlian untuk bekerja atau berwirausaha. Meskipun program ini telah memberikan dampak positif, banyak peserta pasca-pelatihan masih menghadapi kendala dalam mempromosikan jasa mereka secara luas karena promosi masih dilakukan secara lisan atau melalui aplikasi pesan singkat seperti WhatsApp, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan strategi pemasaran digital yang efektif dengan salah satu metode yang dapat diterapkan adalah promosi melalui video pendek yang terbukti menarik dan mudah diterima oleh audiens di berbagai platform media sosial. Namun, kendala utama yang dihadapi peserta adalah keterbatasan keterampilan dalam pembuatan video promosi yang menarik dan profesional. Sebagai solusi, program pengabdian masyarakat ini akan memberikan pelatihan pembuatan video pendek menggunakan aplikasi Canva kepada peserta pasca-pelatihan Disnaker. Pelaksanaan kegiatan akan dilakukan di Kantor Pemerintahan Depok, Jalan Margonda Nomor 54, Depok, dengan pendekatan praktik langsung sehingga peserta dapat segera menerapkan keterampilan yang diperoleh. Dengan adanya pelatihan ini, para peserta merasa mudah dalam melakukan video editing di HP dan merasa puas atas pelatihan yang dilaksanakan, para peserta dapat memanfaatkan media digital secara optimal untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau jasa.

*The Department of Manpower of Depok City has implemented various vocational training programs aimed at enhancing the skills of community members in order to increase their employability and entrepreneurial capacity. Although these programs have demonstrated positive outcomes, a number of post-training participants continue to encounter difficulties in promoting their services effectively. Their promotional efforts remain predominantly limited to word-of-mouth communication or the use of instant messaging platforms such as WhatsApp, resulting in restricted market outreach. In light of these challenges, the adoption of an effective digital marketing strategy is essential. One relevant approach is the utilization of short promotional videos, which has been proven to be engaging, easily consumable, and widely disseminated across social media platforms. Nevertheless, participants face a major constraint in terms of limited competencies in producing appealing and professional-quality promotional videos. To address this issue, the present community service program was designed to provide training on the development of short promotional videos using the Canva application for post-training beneficiaries of the Department of Manpower. The training was conducted at the Depok Government Office, located at Jalan Margonda No. 54, Depok, and employed a hands-on, practice-based learning approach to ensure that participants were able to directly apply the skills acquired. The results indicated that participants found video editing on mobile devices to be accessible and user-friendly. Moreover, participants expressed satisfaction with the training and reported an improvement in their ability to utilize digital media for the purpose of enhancing the visibility and marketability of their products or services. This program is therefore expected to contribute to*

*strengthening the participants' digital literacy and promotional capacity, thereby supporting their competitiveness in the current digital economy.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Mira Rosalina et al (2026) Peningkatan Keterampilan Promosi melalui Pembuatan Video Pendek bagi Peserta Pasca Pelatihan Disnaker di Kota Depok . <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5041>

## PENDAHULUAN

Media promosi adalah alat yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada calon pelanggan agar lebih dikenal dan diminati (Aryani & Murtiariyati, 2022). Sebab, pada era digital saat ini, branding (Aristawidia, 2020) yang kuat dapat menjadi kunci utama bagi pelaku usaha untuk bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Dinas Ketenagakerjaan Kota Depok telah mengadakan berbagai program pelatihan keterampilan bagi warga agar memiliki keahlian yang mendukung mereka dalam mendapatkan pekerjaan atau memulai usaha sendiri. Program ini telah memberikan dampak positif, namun banyak peserta pasca-pelatihan masih menghadapi kendala dalam mempromosikan produk atau jasa mereka secara luas. Saat ini para peserta pasca pelatihan (Maidasari et al., 2024) masih melakukan promosi secara lisan dan sudah mulai menggunakan teknologi media sosial namun terbatas pada aplikasi pesan singkat seperti WhatsApp dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal. Padahal, di era digital ini, media sosial menjadi salah satu platform paling efektif untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Hal ini mengakibatkan penjualan para pelaku usaha hanya bergantung pada relasi yang sudah ada, dan mengalami kesulitan dalam menjangkau pembeli baru. Jika hal ini terus berlanjut, dikhawatirkan akan terjadi penurunan atau stagnasi penjualan. Dengan demikian dibutuhkan strategi untuk mengoptimalkan pemasaran mereka kearah pemasaran digital untuk membantu mempromosikan jasa mereka. Salah satu cara promosi yang menarik dan mudah diterima oleh audiens adalah melalui konten video pendek. Walaupun demikian mereka menghadapi berbagai masalah dalam membuat konten pemasaran persuasif. Padahal materi promosi tidak hanya digunakan oleh pedagang untuk menjual jasa mereka, tetapi juga untuk membangun keterikatan dengan pembeli dan pelanggan (Hasan et al., 2024).

Salah satu hambatan adalah keterbatasan keterampilan dalam pembuatan video promosi (Sunarya et al., 2021) yang menarik dan profesional. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat dan mengelola video pendek untuk keperluan promosi di media sosial. Dengan pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat lebih mandiri dalam memasarkan produk mereka, meningkatkan daya saing usaha, serta memperluas jangkauan pasar mereka. Pada pelatihan Strategi Merancang Video Iklan Promosi Produk UMKM dalam Media Sosial yang dilaksanakan oleh (Nuraryo et al., 2023), Hasil dari kegiatan adalah peningkatan nilai produk. Pada Pelatihan Peningkatan Kompetensi Pembuatan Video Iklan Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari Kecamatan Genuk Semarang diperoleh hasil bahwa peserta lebih memahami apa yang dimaksud dengan Video Marketing secara komprehensif. Di kemudian hari para peserta dapat meningkatkan keterampilan video marketing yang terkait dengan kebutuhan dalam memperkenalkan produk hingga membuat konten kreatif guna memperkenalkan produk unggulannya yang dapat di social media. (Ersyad et al., 2021).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat dalam membuat video pendek yang efektif untuk promosi usaha dan pemberdayaan ekonomi berbasis digital. Ini merupakan aplikasi hasil riset dan inovasi di bidang multimedia dan TIK yang dapat diterapkan dalam konteks ekonomi kreatif dan kewirausahaan. Pertama, Pemanfaatan teknologi digital dengan menggunakan aplikasi editing video berbasis smartphone yaitu Canva. Kedua, Inovasi pemasaran digital, yaitu meningkatkan daya saing UMKM dengan konten promosi yang menarik. Ketiga, Pemberdayaan berbasis kreativitas, dengan mengajarkan teknik storytelling dan branding melalui video pendek. Kegiatan ini menggunakan media pembelajaran interaktif berbasis e-book interaktif dan video pembelajaran sebab penggunaan teknologi dalam pembelajaran meningkatkan efektivitas dan daya serap materi (Sakti, 2023). Video marketing juga telah terbukti sebagai metode marketing yang memanfaatkan video di platform online untuk meningkatkan penjualan (Santosa et al., 2021) dan telah menjadi trend strategi pemasaran di era digital (Maidasari, dkk, 2024) sebab dalam konteks bisnis, informasi

**Peningkatan Keterampilan Promosi melalui Pembuatan Video Pendek bagi Peserta Pasca Pelatihan Disnaker di Kota Depok**, Mira Rosalina, Noorlela Marcheta, Hata Maulana, Iwan Sonjaya, Malisa Huzaifah, Ade Rahma Yuly, Fitria Nugrahani, Sinantya Anindya Feranti, Yoyok Sabar Waluyo, Eriya 19176

diposisikan sangat penting dan strategis. Hal ini terkait dengan kecepatan penyebaran informasi produk ke pelanggan (Eldon & Rahmawati, 2024).

**METODE**

Metode pengabdian yang dilakukan adalah metode pelatihan dan workshop terstruktur yang diberikan kepada para peserta pasca pelatihan Disnaker sebanyak 21 orang. Metode pelatihan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan menetapkan jadwal pelatihan, menetapkan materi praktikum pada pelatihan pembuatan video, pelaksanaan pelatihan, pemantauan pelatihan, dan evaluasi pelatihan. Materi pelatihan pembuatan video promosi ini adalah Pengenalan video pendek untuk promosi, Perencanaan konten (Pre-Production), Teknik Pengambilan Gambar (Production), Editing Video dengan Aplikasi Canva, Penulisan caption dengan teknologi AI, Strategi upload dan promosi di media sosial, dan Evaluasi dan pengembangan konten. Sedangkan konsep kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melalui pelatihan pembuatan video pendek untuk promosi usaha pasca pelatihan binaan Dinas Ketenagakerjaan (Disnaker) Kota Depok yang terletak di Kantor Pemerintahan Depok, Jl. Margonda No.54, Depok yang berjarak 15.5 KM. Teknik pengumpulan data sebagai studi pendahuluan dan setelah pelatihan digunakan menggunakan gform yang berisi pertanyaan isian singkat maupun angket dengan skala likert. Pada proses pengabdian masyarakat ini dipengaruhi oleh semua pihak yang berkepentingan termasuk mitra dan tim pengabdian masyarakat sehingga prosesnya dapat didefinisikan dalam bentuk Input-Proses-Output-Outcome yang dapat dilihat pada Gambar 1.

Peningkatan Keterampilan Promosi melalui Pembuatan Video Pendek bagi Peserta Pasca Pelatihan Disnaker di Kota Depok			
<b>Input</b> Peserta pasca pelatihan binaan Disnaker Kota Depok	<b>Proses</b> Pelatihan pembuatan video untuk promosi usaha Peserta pasca pelatihan binaan Disnaker Kota Depok	<b>Output</b> Peserta pasca pelatihan binaan Disnaker Kota Depok membuat video dan mengupload di sosial media sebagai media promosi usaha mereka.	<b>Outcome</b> Peningkatan keterampilan pembuatan video dan peningkatan penjualan peserta pasca pelatihan binaan Disnaker Kota Depok

Gambar 1. Diagram proses kegiatan

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

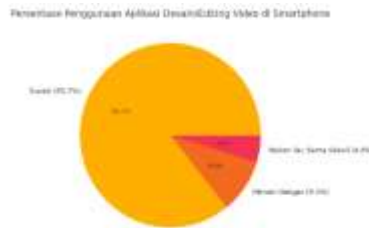
Kegiatan pengabdian dilakukan melalui 3 tahapan yaitu dimulai dengan tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Pada tahap pelaksanaan dilakukan survei dan wawancara kebutuhan pengguna yang dilakukan kepada Kepala Disnaker Kota Depok, selanjutnya pembuatan modul untuk pelatihan yaitu Modul Pelatihan Canva, dan pembuatan video tutorial. Tahap pelaksanaan dilakukan pada tanggal 3 Juli 2025 dengan lokasi di Ruang Balai Kota Depok. Peserta kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peserta kegiatan pelatihan.

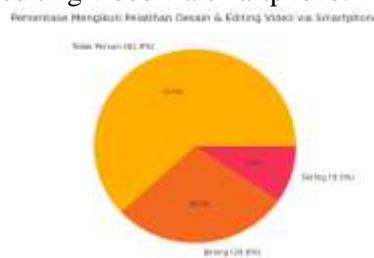
Sebelum pelaksanaan kegiatan dimulai, peserta diberikan beberapa pertanyaan studi pendahuluan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan mereka menggunakan teknologi dalam promosi usaha yang dijalani. Berdasarkan data yang diperoleh, pada pertanyaan “Apakah Anda sudah

pernah menggunakan aplikasi desain ataupun editing video di smartphone?”, berikut diagramnya pada Gambar 3.



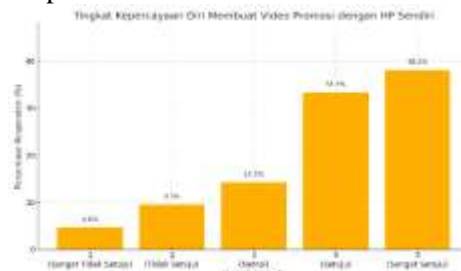
Gambar 3. Persentase penggunaan aplikasi desain/editing video pada smartphone.

Berdasarkan data tersebut, sebanyak 18 orang sudah pernah menggunakan aplikasi, 2 orang pernah dengar aplikasi, dan 1 orang belum tahu sama sekali tentang aplikasi. Dari total 21 orang, sebanyak 2 orang sering mendapatkan pelatihan desain, 6 orang jarang, dan 13 orang tidak pernah mendapatkan pelatihan desain dan editing video via smartphone. Berikut persentase pada Gambar 4.



Gambar 4. Persentase Mengikuti Pelatihan Desain dan Editing Via Smartphone.

Peserta sangat setuju bahwa promosi digital sangat penting, Berdasarkan data tingkat kepercayaan diri membuat video promosi dengan Hp sendiri diperoleh bahwa 8 orang menyatakan sangat setuju, 7 orang setuju, 3 orang memilih netral, 2 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Persentase skala likert masing-masing dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tingkat kepercayaan diri membuat video promosi dengan HP sendiri.

Persentase rata-rata sekitar 78% memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi dalam membuat video promosi menggunakan HP, menunjukkan bahwa kemampuan dasar sudah cukup kuat sebelum pelatihan. Kegiatan inti pelatihan dimulai dengan penyampaian materi Introduction to Video Marketing. Kegiatan berlanjut dengan pelatihan Canva & Video Editing. Pada sesi berikutnya, peserta mengikuti kegiatan praktikum proyek di mana mereka mempraktikkan secara langsung pembuatan konten video promosi dengan pendampingan dari narasumber. Hasil proyek kemudian dikumpulkan, dilakukan evaluasi, dan kegiatan ditutup oleh MC. Pemberian materi dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Pemberian materi pelatihan.

Setelah dilakukan pelatihan, dilakukan pengisian form yang terdiri atas pertanyaan singkat dan angket dengan penilaian skala likert. Berikut Adalah beberapa respon peserta setelah pelatihan: Pada pertanyaan: “Apakah penggunaan aplikasi digital marketing ini mudah digunakan?” respon dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Kemudahan penggunaan aplikasi video editing.

Berdasarkan hasil evaluasi sebanyak 8 orang memilih sangat setuju, 8 orang setuju, 4 orang netral, 1 orang tidak setuju dengan persentase rata-rata 82% menyatakan setuju yang artinya Adalah peserta merasa mudah dan nyaman dalam menggunakan aplikasi digital marketing. Pada pertanyaan selanjutnya yaitu terkait kebermanfaatannya pelatihan, sebesar 96% peserta sangat setuju yaitu pelatihan ini sangat bermanfaat bagi mereka. Kendala yang dialami peserta saat pelatihan Adalah internet dan HP yang kurang memadai untuk digunakan proses editing video. Berdasarkan pertanyaan rencana menerapkan ilmu digital marketing yang sudah dipelajari, Sebagian besar peserta antusias untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dalam mengembangkan usaha yang dimiliki, Peserta juga memberikan nilai rata-rata 9 dari 10 bahwa mereka akan merekomendasikan pelatihan kepada orang lain. Berdasarkan keseluruhan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan merasa puas terhadap pelatihan yang dilaksanakan sehingga memberikan manfaat dalam pengembangan usaha yang sedang ditekuni.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk peserta pasca pelatihan disnaker Kota Depok sudah dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2025 bertujuan untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam bidang Teknik Informatika dan Komputer terutama terkait Video Editing. Berdasarkan pelatihan diperoleh rata-rata respon peserta menyatakan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat dalam meningkatkan kompetensi untuk melakukan video editing sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau jasa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jakarta yang telah memfasilitasi kegiatan ini dari sisi finansial serta kepada Dinas Ketenagakerjaan Kota Depok yang bersedia bermitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## REFERENSI

- Aryani, D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan pada A.D.A Souvenir Project.
- Aristawidia, B. (2020). Kajian literatur penerapan strategi branding bagi kemajuan UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi MANOVA*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.351>
- Maidasari, E., Narundana, V. T., & Lolyana, R. (2024). Analisis pemanfaatan video marketing sebagai tren strategi pemasaran di era digital, 11(2).
- Hasan, S. S. E., Suratminingsih, S., & Haryadi, R. N. (2024). Pelatihan pembuatan video promosi pada komunitas pedagang daring di Kelurahan Cipinang Besar Selatan, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*. <https://pkm.binamandiri.ac.id/index.php/jpmm/article/view/158>
- Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. (2021). Media video promosi pada Roofpark Cafe &

- Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat. *Technomedia Journal*, 5(2), 220–234. <https://doi.org/10.33050/tmj.v5i2.1448>
- Nuraryo, I., Meisyaroh, S., & Suatmi, B. D. (2023). Pelatihan strategi merancang video iklan promosi produk UMKM dalam media sosial. *Jurnal Abdimas: Sosial, Bisnis, dan Lingkungan*, 1(1), 40–47. <https://doi.org/10.46806/abdimas.v1i1.1076>
- Ersyad, F. A., Fanani, F., & Suhariyanto, S. (2021). Pelatihan peningkatan kompetensi pembuatan video iklan bagi UMKM Kelurahan Gebangsari Kecamatan Genuk Semarang. *Abditeknika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56–60. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i1.269>
- Sakti, A. (2023). Meningkatkan pembelajaran melalui teknologi digital. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 2(2), 212–219. <https://doi.org/10.55606/juprit.v2i2.2025>
- Santosa, S., Sutisna, A., Lestari, D., & Pratama, R. (2021). Pengenalan strategi digital branding untuk meningkatkan penjualan UMKM pada komunitas UMKM Desa Gelam Jaya, Kabupaten Tangerang. *Abdi Dharma*, 1(2), 61–67. <https://doi.org/10.31253/ad.v1i2.707>
- Eldon, M., & Rahmawati, E. T. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran produk UD. Bintang Antik Sejahtera. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 3(1), 20–28.