

## **Workshop Technopreneurship Pembuatan Video Promosi Dengan Anggaran Yang Efisien Dan Mengedepankan Hak Cipta Pada Siswa SMK PGRI Sukoharjo**

**Ramadhian Agus Triono Sudalyo<sup>1\*</sup>, Nurita Elfani Prasetyaningrum<sup>2</sup>, Gesang Kristianto Nugrohotomo<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Teknik Elektro dan Informatika, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Surakarta, Surakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Surakarta, Surakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[ramadhian\\_at@unsu.ac.id](mailto:ramadhian_at@unsu.ac.id), <sup>2</sup>[elfaniprasetya@gmail.com](mailto:elfaniprasetya@gmail.com), <sup>3</sup>[84gesang@gmail.com](mailto:84gesang@gmail.com)

**Abstrak** – Video promosi adalah video yang digunakan untuk membangun kesadaran akan inisiatif, peluncuran produk atau layanan, pemasaran, penjualan, dan program. Pada dasarnya, video apa pun yang dipromosikan satu atau lebih elemen merek adalah video promo. Membuat video promosi seperti mewujudkan visi untuk segmentasi yang dituju. Terobosan ini sebagai upaya untuk mengkomunikasikan kepada konsumen dan pelanggan mengapa pengelola usaha membutuhkan merek pada produk dan layanan yang diluncurkan. Beberapa *reason* mengapa pada bisnis apapun yang baru dirintis ataupun usaha yang berjalan *establish* perlu menggunakan video promosi dan dianggap penting untuk kelangsungan bisnis yang dijalankan, antara lain: 1) untuk mendapatkan lebih banyak konsumen yang bertransaksi untuk membeli produk atau jasa, konsumen tertarik pada peluncuran produk/layanan, termasuk pada program-program produk dan jasa suatu usaha; 2) untuk membangun lebih banyak aktivitas dan keterlibatan pada pengelolaan media sosial; 3) untuk mendapatkan kredibilitas dari konsumen; 4) agar pesan tersampaikan dengan pesan kuat dan memukau; 5) strategi promosi pada merek usaha yang *low budget high impact* dan melalui video promosi dapat mengenalkan produk, layanan, even, dan program pada beragam *platform* sosial, situs *web/blog*, termasuk melalui *email* pemasaran, dan sebagainya. Begitu pentingnya video promosi, namun ternyata banyak pelaku usaha yang belum memahaminya, hanya sebatas menemukan inisiatif ide berusaha, tanpa disertai strategi mempengaruhi konsumen melalui video promosi yang handal. Universitas Surakarta melalui aktivitas Tridarma Perguruan Tinggi yang terdiri dari Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dasar hukumnya pada Undang-undang Nomor. 12, pasal 1 ayat 9 tentang pendidikan tinggi. Ketiganya menjadi poin penting dalam mewujudkan visi dari perguruan tinggi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada SMK PGRI Sukoharjo dengan empat dosen pelaksana yang terdiri dari Program Studi Teknik Informatika dan Program Studi Akuntansi, yaitu Ramadhian Agus Triono Sudalyo sebagai Ketua Pengabdian kepada Masyarakat, Nurita Elfani Prasetyaningrum dan Gesang Kristianto Nugroho keduanya sebagai anggota. Hasil dari Pengabdian kepada Masyarakat dalam kegiatan *workshop* pembuatan video promosi dengan anggaran yang efisien dan mengedepankan hak cipta, para peserta yang berjumlah 16 orang merasakan pengalaman baru mulai dari mengenal dunia usaha, promosi, keuangan, dan hak cipta sebagai bekal persiapan untuk terjun sebagai wirausaha.

**Kata Kunci:** *Workshop*, Video Promosi, Anggaran Efisien, Hak Cipta

**Abstract** – *Promotional videos are videos used to build awareness of initiatives, product or service launches, marketing, sales, and programs. Basically, any video that promotes one or more brand elements is a promo video. Making a promotional video is like realizing a vision for the intended segmentation. This breakthrough is an effort to communicate to consumers and customers why business managers need a brand on the products and services launched. There are several reasons why any business that has just been started or a business that is running established needs to use promotional videos and are considered important for the continuity of the business being run, including: 1) to get more consumers to transact to buy products or services, consumers are interested in product launches / services, including product and service programs of a business; 2) to build more activity and engagement on social media management; 3) to gain credibility from consumers; 4) so that the message is conveyed with a strong and riveting message; 5) promotion strategy for business brands with a low budget, high impact; and 6) through promotional videos, you can introduce products, services, events and programs on various social platforms, websites/blogs, including via email marketing, and so on. However, because of the importance of promotional videos, it turns out that many business actors do not understand it, only to find business idea initiatives, without a strategy to influence consumers through reliable promotional videos. Surakarta University through the Higher Education Tridarma which consists of Education, Research and Community Service according to its legal basis in Law Number. 12, article 1 paragraph 9 concerning higher education. These three are important points in realizing the vision of the university. Community Service activities were carried out at the PGRI Sukoharjo Vocational School with four implementing lecturers consisting of the Informatics Engineering Study Program and the Accounting Study Program, namely Ramadhian Agus Triono Sudalyo as Chair of Community Service, Nurita Elfani Prasetyaningrum and Gesang*

*Kristianto Nugroho the two of them as member. As a result of the Community Service in the workshop for making promotional videos with an efficient budget and prioritizing copyright, the 16 participants experienced new experiences starting from getting to know the world of business, promotion, finance, and copyright as a preparation for becoming entrepreneurs.*

**Keywords:** *Workshop, Promotional Video, Efficient Budget, Copyright*

## 1. PENDAHULUAN

Promosi tidak hanya penting untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen, namun juga penting untuk mengenalkan produk baru dari sebuah *brand*. Saat melakukan promosi produk baru, *brand* dapat mengenalkan produk baru tersebut dari sisi keunggulan, cara mendapatkannya, harga, paket pembelian, hingga cara menggunakan produk yang ditawarkan, (Fill & Turnbull, 2019). Dalam konsep promosi usaha terbaru, muncul istilah dengan promosi digital yang saat ini lebih digandrungi oleh para pebisnis daripada promosi secara konvensional. Sebab *benefit* yang didapat dapat dipantau dengan cepat. Bahkan secara operasional pun promosi digital lebih praktis dan simpel daripada konvensional. Promosi digital lebih sering disebut sebagai pemasaran digital. Saat ini sebagian besar perusahaan di dunia lebih memilih pemasaran digital. Sebab keberadaannya dinilai sangat menguntungkan untuk menaikkan profit penjualan. Tidak hanya itu, promosi digital juga sangat efektif untuk *branding*. Dampaknya sangat baik untuk pebisnis pemula yang baru merintis karir. Dengan menggunakan promosi digital, pelaku usaha juga akan lebih dapat menjangkau banyak konsumen, (Sholikah, 2021).

Salah satu konsep promosi yang memadukan konten digital dengan media promosi digital melalui pemanfaatan *platform digital* diantaranya: Tik Tok, Youtube, Instagram, Facebook, *Website*, aplikasi percakapan dan sebagainya. Media promosi digital yang *available* saat ini dan terus berkembang, perlu didukung oleh konten promosi yang kreatif dan inovatif sesuai segmen pasar dari produk atau layanan yang ditawarkan pada konsumen, salah satunya adalah video promosi. Mowat (2018), video promosi merupakan salah satu cara mempromosikan dan memasarkan produk dengan menggunakan konten video. Konsep yang digunakan dalam video pemasaran ini adalah teknik *story telling* sehingga data bisa disajikan dengan lebih menarik.

Sepenting apakah video promosi dan mengapa butuh video promosi dalam pemasaran digital? Devega (2022), sebuah video promosi dapat membantu pelanggan, relasi, hingga klien untuk mendapat gambaran informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan, program apa yang dikampanyekan, dan apakah para calon pembeli membutuhkan atau menghendaki produk atau jasa tersebut. Saat ini para pelaku usaha banyak yang telah mengemas video baik audio visual, dalam bentuk animasi dua dimensi, dan tiga dimensi dalam rangka untuk promosi, mengenalkan produk atau jasanya. Melalui video, maka banyak informasi yang dapat diberikan dalam waktu singkat, bahkan didukung media promosi digital yang menyediakan kanal untuk video-video dalam durasi pendek seperti *shorts* pada saluran Youtube dan *reels* pada Instagram, sehingga pesan dan informasi promosi dapat diserap secara cepat oleh pemirsa sebagai calon pelanggan.

Jon (2021), video promosi atau pemasaran dapat dikatakan sebagai sebuah kreatif yang digunakan untuk membangun kesadaran akan inisiatif pemasaran, peluncuran produk atau layanan, penjualan, dan program. Pada dasarnya, apa pun yang dipromosikan satu atau lebih elemen merek adalah video promo. Membuat video promo seperti mewujudkan visi untuk segmentasi yang dituju. Terobosan ini sebagai upaya untuk mengkomunikasikan kepada konsumen dan pelanggan mengapa pengelola usaha membutuhkan merek pada produk dan layanan yang diluncurkan.

Beberapa *reason* mengapa pada bisnis apapun yang baru dirintis ataupun usaha yang berjalan *establish* perlu menggunakan video promosi dan dianggap penting untuk kelangsungan bisnis yang dijalankan, antara lain: 1) untuk mendapatkan lebih banyak konsumen yang bertransaksi untuk membeli produk atau jasa, konsumen tertarik pada peluncuran produk/layanan, termasuk pada program-program produk dan jasa suatu usaha; 2) untuk membangun lebih banyak aktivitas dan keterlibatan pada pengelolaan media sosial; 3) untuk mendapatkan kredibilitas dari konsumen; 4) agar pesan tersampaikan dengan pesan kuat dan memukau; 5) Strategi promosi usaha melalui video promosi dapat dikatakan *low budget high impact* dapat mengenalkan produk, layanan, even, dan

program pada beragam *platform* sosial, situs *web/blog*, termasuk melalui *email* pemasaran, dan sebagainya, (Brock, 2021).

Sebelum memproduksi video promosi untuk kebutuhan promosi usaha, sangat penting dilakukan penyusunan anggaran biaya produksi. Tambun (2020), bahwa anggaran umumnya digunakan untuk mengetahui sebuah rencana awal biaya yang akan dikeluarkan untuk pembelian maupun biaya pada proyek bisnis atau usaha tertentu. Dengan adanya anggaran, diharapkan ide atau progres yang dimulai dapat berjalan dengan baik dan lancar. Termasuk anggaran dapat digunakan sebagai alat perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajemen. Anggaran menjadi acuan kerja sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu, mendapatkan keuntungan yang optimal.

Setelah anggaran disusun, selanjutnya dalam proses pra produksi hingga memasuki pasca produksi editor perlu mengedepankan unsur-unsur yang akan dimasukkan dalam video promosi agar tidak melanggar hak cipta. Atsar (2018) Hak cipta sebagai bentuk perlindungan hukum kepada pencipta, juga terhadap hasil cipta karya serta nilai ekonomis yang terkandung di dalamnya. Juga sebagai sebuah perlindungan akan aset berharga yang dimiliki perorangan ataupun kelompok dalam bentuk hasil karya. Hak Cipta merupakan hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Begitu pentingnya video promosi, namun banyak pelaku usaha yang belum memahaminya, pelaku usaha hanya sebatas menemukan ide inisiatif berusaha, tanpa disertai strategi mempengaruhi konsumen melalui video promosi yang handal. Bila didalami bahwa tanpa para calon konsumen, relasi, klien, nasabah, dan pemirsa mengenal produk, layanan, even, dan program maka tidak akan ada yang mengenal dan memahaminya apalagi hingga menjadi sebuah kebutuhan, tertarik, dan bahkan membeli. Untuk memberikan pengenalan, pemahaman, merancang, hingga memproduksi video promosi Universitas Surakarta melalui aktivitas Tridarma Perguruan Tinggi yang terdiri dari Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dasar hukumnya pada Undang-undang Nomor. 12, pasal 1 ayat 9 tentang pendidikan tinggi. Ketiganya menjadi poin penting dalam mewujudkan visi dari perguruan tinggi. Salah satu bagian dari tridarma perguruan tinggi yaitu kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di SMK PGRI Sukoharjo melalui sinergi dengan tiga orang dosen pelaksana dari Program Studi Teknik Informatika dan Program Studi Akuntansi, yaitu Ramadhian Agus Triono Sudalyo sekaligus sebagai Ketua Pengabdian kepada Masyarakat, Nurita Elfani Prasetyaningrum, dan Gesang Kristianto Nugrohotomo, keduanya sebagai anggota Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surakarta.

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat di perguruan tinggi adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, pada poin tiga yaitu memberikan solusi berdasarkan kajian akademik atas kebutuhan, tantangan, atau persoalan yang dihadapi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemudian poin empat yaitu melakukan kegiatan yang mampu memberdayakan masyarakat pada semua strata, secara ekonomi, politik, sosial, dan budaya, (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, 2022).

Dasar pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Surakarta pada tahun 2023 ini dilaksanakan pada SMK PGRI Kabupaten Sukoharjo, dikarenakan SMK PGRI Sukoharjo aktif dalam berkomunikasi dan berinteraksi dalam aspek akademis dan kehumasan dengan Universitas Surakarta, sehingga perlu menjadi prioritas Pengabdian kepada Masyarakat disampaikan kepada siswa siswi SMK PGRI Sukoharjo kelas XII yang akan lulus sebagai bekal dalam berwirausaha dan berkiprah pada dunia kerja.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan melalui *workshop* antara lain:

1. Workshop perancangan, produksi, dan *video editing* promosi. Pada perancangan atau pra produksi dijelaskan membuat skenario, *story board*, dan *script*. Untuk produksi diberikan teknik pengambilan gambar, sudut pengambilan gambar, *triangle exposure*, pencahayaan. *Editing* atau pasca produksi diberikan materi tentang *trims, cut, split, join, dan montage*

2. *Workshop* menyusun anggaran pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan seefisien mungkin, namun walaupun dilakukan oleh seorang *beginner* secara kualitas tidaklah kalah oleh pelaku usaha yang sudah lama berkecimpung pada dunia usaha.
3. *Workshop* tentang hak cipta. Seringkali unsur-unsur pada sebuah kreatif video menggunakan sumber musik, *sound effect*, *quote*, syair, *template*, gambar, foto, dan sebagainya yang merupakan karya cipta orang lain, sehingga peserta *workshop* dalam memproduksi video promosi perlu diberikan etika dan kaidah bila mengutip dan menggunakan hasil karya orang lain sehingga tidak melanggar hak cipta

## 2. METODE PELAKSANAAN

Sasaran peserta dari Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surakarta adalah siswaswi SMK PGRI Sukoharjo yang berminat pada bidang *technopreneurship* dengan konsentrasi multimedia dan animasi. Metode yang disampaikan oleh *trainer* adalah ceramah, latihan, diskusi, dan tanya jawab. *Workshop* dilakukan tatap muka yang dilaksanakan selama satu hari dalam durasi 10 jam. Kegiatan dimulai pada pukul 07.00-17.00 WIB, dengan tiga kali istirahat yaitu pada jam 10.00-10.30, 12.00-13.00 dan jam 15.00-15.30. Lokasi pelaksanaan *workshop* di ruanglaboratorium komputer SMK PGRI Kabupaten Sukoharjo.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan *workshop* ini adalah:

1. *Skill* peserta yang akan terjun langsung dalam dunia usaha atau industri akan terasah dengan mengikuti *workshop* video promosi ini mulai dari merancang, memproduksi, dan mengedit audio video atau animasi dengan menggunakan aplikasi *open source* baik pada *handphone* dan *desktop*
2. Peserta diberikan materi menyusun rencana anggaran biaya pembuatan video promosi untuk disampaikan pada tim usaha/rekan usaha yang simpel dan fleksibel, sesuai dengan kebutuhan biaya mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Termasuk apabila peserta terjun menjadi *technopreneur*, video promosi ini dapat ditawarkan kepada klien, peserta diberi materi *workshop* cara mudah menyusun anggaran biaya untuk penawaran.
3. Terakhir peserta diberi panduan kaidah yang cermat dan tepat dalam menggunakan unsur-unsur pendukung dalam produksi video seperti cuplikan video, suara, musik, gambar, foto, animasi, *template*, *sound effect*, *font*, *script*, dan sebagainya. Sehingga pada saat video promosi diunggah pada saluran media tidak terkena *copy right* dan tidak melanggar hak cipta.

Kegiatan pelatihan ini menghasilkan satu *output* yaitu video promosi dengan tiga manfaat, yaitu: 1) video untuk mempromosikan produk, layanan, even, kampanye, program, dan lain sebagainya; 2) peserta memiliki pengetahuan dalam menyusun anggaran biaya yang efisien sehingga tidak menguras anggaran promosi termasuk menguras kas usaha; dan 3) peserta memiliki wawasan untuk melindungi kreativitasnya dari pelanggaran hak cipta yang dampaknya akan merugikan produk, layanan, dan usaha yang dikelola.

Kepala Program Studi dan beberapa guru SMK PGRI Kabupaten Sukoharjo mendampingi dan *support* seluruh kegiatan dari tahap persiapan hingga akhir. Pelatihan disampaikan oleh tiga orang dosen dan satu orang praktisi sebagai pelaksana pada Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surakarta (UNSA), yaitu:

1. Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M (Ketua Pelaksana)
2. Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si (Anggota)
3. Gesang Kristianto Nugrohotomo, S.Kom., M.H (Anggota)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surakarta, diawali dengan tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

### 3.1 Perencanaan

Tim PkM yang terdiri dari empat *trainer* melakukan konsolidasi kepada pihak sekolah SMK PGRI Sukoharjo untuk menjelaskan maksud dan tujuan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai bagian dari implementasi Tridarma Perguruan Tinggi Universitas Surakarta. Tim PkM juga menjelaskan aspek manfaat yang didapat dari pelaksanaan *workshop* agar peserta siap untuk berkiprah dan terjun langsung sebagai *technopreneur* atau akan menjadi bagian dari industri sesuai bidang keahliannya.

Peserta yang berjumlah 16 siswa harus dipersiapkan untuk mampu berkompetisi pada dunia usaha dan industri, walau di sekolah telah banyak diberikan ilmu pengetahuan dan praktik sesuai dengan kompetensi, namun alangkah lebih handalnya apabila siswa-siswi diberi bekal wawasan dan pengalaman tambahan. Kompetisi dalam dunia usaha dan kompetisi profesi di industri yang dihadapi tentunya merupakan persaingan untuk unjuk kualitas yang dilakukan oleh satu individu dengan individu lainnya atau satu kelompok dengan kelompok lainnya, yang bertujuan untuk menjadi lebih unggul daripada para pesaingnya. Siap tidak siap, kompetisi dunia kerja harus dihadapi. Setiap orang dimanapun dan kapanpun, harus mampu untuk *competitive advantage* dengan menggunakan kecerdasan, keterampilan, keahlian, dan karakter untuk dapat menghasilkan prestasi-prestasi baru yang membuat individu atau kelompok menjadi lebih unggul dari kompetitornya.

Dengan menguasai bagaimana cara memproduksi video promosi, menyusun anggaran biaya produksi atau operasional yang efisien, dan memahamai hak cipta atau hak kekayaan intelektual akan membuka cara pandang peserta *workshop* untuk memiliki daya juang dan mengasah secara terus menerus potensi yang dimilikinya, yang diawali dengan *workshop* yang dilaksanakan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surakarta

### 3.2 Tahap Pelaksanaan

Tim PkM bersama pihak sekolah menjaring siswa-siswi SMK PGRI Sukoharjo untuk mengikuti kegiatan ini yang terbatas hanya untuk 16 peserta. Peserta dibatasi dengan alasan agar tim PkM dapat mengukur *outcome* sampai dimana tingkat pemahaman dan penguasaan dari materi dan praktik yang telah diperoleh selama *workshop*.

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS SURAKARTA					
DAFTAR PESERTA WORKSHOP PRODUKSI VIDEO PROMOSI					
SMK PGRI SUKOHARJO					
16 MARET TAHUN 2023					
No	Nama Peserta Didik	L/P	Tempat tanggal lahir	Alamat Calon siswa	Tanda Tangan
1	AGUSTINA TRI HAPSARI	P	Sukoharjo 26-Aug-04	Krenen Rt 3/5 Kriwen Sukoharjo	
2	AIRA FEBRIYANTI	P	Grobogan 7-Feb-04	Ngilewu Rt 4/2 Telukan Grogol Sukoharjo	
3	APRILIA BELA SAPUTRI	P	Sukoharjo 4-Apr-04	Ledok Rt 1/6 Kenokorejo Polokarto Sukoharjo	
4	AZHAR TSARA	P	Sukoharjo 24-Apr-05	Tegalrejo Rt 2/6 Kadokan Grogol Sukoharjo	
5	CANTIKA NUR KHOIRUNISA	P	Boyalali 2-Jul-04	Gunting Rt 2/8 Wonosari Klaten	
6	FRISKA YUNI AMANDA	P	Klaten 7-Jun-03	Karangtal Rt 5/2 Gunting wonosari Klaten	
7	HAVIVA REDYANTI PUTRI	P	Sukoharjo 23-Mar-05	Kwarasan Rt 4/8 Grogol Sukoharjo	
8	INESTRIA ANGGRAENI	P	Sukoharjo 16-Jul-04	Krenen Rt 2/5 Kriwen Sukoharjo	
9	LISA AFRILYA NURAINI	P	Klaten 23-Apr-05	Gunting Rt 2/8 Wonosari Klaten	
10	NICOLAS WILLSON PRANGGONO	L	Sukoharjo 25-Jul-05	Telukon Rt 2/6 Grogol Sukoharjo	
11	SELVI OKTAVIA	P	Bandung 8-Oct-04	Bancaan Rt 3/5 Puhgogor Bendosari Sukoharjo	
12	SEPTIANA RAHMAWATI	P	Sukoharjo 28-Sep-04	Mupusan Rt 1/10 Gentan Bendosari Sukoharjo	
13	THANIA VIRA VERNANDA	P	Pactan 2-Jul-05	Karanganyar Rt 1/5 Bugel Polokarto Sukoharjo	
14	VERA ANGGITA	P	Sukoharjo 2-Feb-05	Ngijo Rt 1/12 Karangmojo Weru Sukoharjo	
15	WAHYU AMBARSARI	P	Sieman, 14 okt 2004	Tegalrejo 4/3 Pranan Polokarto Sukoharjo	
16	YUNI FEBRIYANTI	P	Sukoharjo 26-Feb-05	Jatimelang Rt 1/3 Mojolaban Sukoharjo	

Gambar 1. Presensi Kehadiran Peserta Workshop

Bentuk pelatihan didesain satu siswa satu *personal computer* sehingga siswa fokus dalam melaksanakan praktik mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Kegiatan dibuka dengan pengarahan singkat dari Ketua PkM Universitas Surakarta Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M. Dilanjutkan dengan doa dan penyampaian materi oleh keempat *trainer*.

Rundown kegiatan *workshop* secara lengkap disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Jadwal Pengabdian kepada Masyarakat

Sesi	Pemateri	Materi	Waktu
1	Ramadhian Agus Triono S., S.Ag., S.Kom., M.M	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pentingnya Promosi Bagi Pelaku Usaha</li> <li>● Ayo Berani Menjadi <i>Technopreneur</i></li> <li>● Produk dan jasa Harus Dipromosikan</li> <li>● Konten Video Promosi</li> <li>● Saluran Media Promosi</li> <li>● Mengukur Efektivitas Video Promosi yang Berhasil</li> <li>● Menyusun <i>Story board</i> dan <i>Script</i></li> <li>● Teknik voice over</li> <li>● Praktik</li> </ul>	07.00–10.00 WIB
2	Coffe Break		10.00-10.30
3	Ramadhian Agus Triono S.,S.Ag., S.Kom., M.M	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Teknik Pengambilan Gambar dan Sudut Pandang</li> <li>● <i>Triangle Exposure</i></li> <li>● Pencahayaan</li> <li>● Teknik Penggunaan Kamera</li> <li>● <i>Audio &amp; Video Editing</i></li> <li>● Praktik</li> </ul>	10.30-12.00
4	Istirahat & Shalat		12.00-13.00
5	Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menyusun Anggaran Biaya Produksi atau Operasional yang Efektif</li> <li>● Menentukan <i>item</i> biaya yang habis pakai dan dengan sewa</li> <li>● Latihan</li> </ul>	13.00–15.00 WIB
6	Istirahat & Shalat		15.00-15.30

7	Gesang Kristianto Nugrohotomo, S.Kom.,M.H	<ul style="list-style-type: none"><li>• Etika dan Kaidah Dalam Menggunakan Materi yang Tidak Melanggar Hak Cipta</li><li>• Cara Agar Tidak Dianggap Melanggar Terhadap Hasil Karya Orang Lain</li><li>• Kasus Pelanggaran Hak Cipta</li></ul>	15.30–17.00 WIB
---	--	---	-----------------

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan dengan empat sesi sebagai berikut :

### 3.2.1 Sesi Pertama

Pembuka workshop disampaikan oleh Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M yang menyampaikan materi:

- a. Pentingnya Promosi Bagi Pelaku Usaha
- b. Ayo Berani Menjadi *Technopreneur*
- c. Produk dan jasa Harus Dipromosikan
- d. Konten Video Promosi Saluran Media Promosi
- e. Mengukur Efektivitas Video Promosi yang Berhasil
- f. Menyusun *Story board* dan *Script*
- g. Teknik *voice over*
- h. Praktik

Secara garis besar dari tujuh materi utama yang disampaikan pada sesi pertama ditekankan agar peserta memahami bahwa promosi adalah hal yang vital, karena tanpa promosi sebuah produk atau jasa tidak akan dikenal siapapun. Kemudian peserta dilatih untuk berani menjadi *entrepreneur* yang berbasis teknologi. Kemampuan ilmu multimedia yang didapat di sekolah dan basis teknologi lainnya seperti desain grafis, animasi, *video content creator*, *podcast* dan sebagainya harus dapat dijual. Peserta dimotivasi untuk berinisiatif dalam menciptakan ide, menciptakan kebutuhan, dan kreatif untuk merintis sebuah usaha. Setelah memiliki produk atau jasa, maka *brand* yang dipasarkan harus dipromosikan, salah satunya melalui konten video promosi. Setelah mampu memproduksi video promosi nantinya juga harus diukur seberapa tingkat efektivitasnya dan dievaluasi untuk melakukan terobosan baru dalam mengemas ide yang lebih segar dalam memproduksi video promosi sehingga dapat mempengaruhi konsumen dan konsumen tertarik membeli dan menggunakan produk secara berkelanjutan. Pada tahap pelatihan sesi pertama *trainer* juga memberikan pelatihan cara membuat *story board* dan *script* yang mudah sebagai rancangan dan perencanaan saat video promosi diproduksi sehingga hasilnya memukau dan memuaskan. Begitu pula tidak kalah penting teknik pengambilan suara bila diperlukan narasi atau dialog, melalui teknik *taping* yang baik dalam penggunaan *hardware* dan penguasaan *skill voice over* dalam bentuk tempo, intonasi, improvisasi, dan artikulasi. Setelah seluruh materi disampaikan peserta diminta berlatih dalam membuat *story board*.



Gambar 2. Dokumentasi Workshop Sesi Pertama

7	Sony A6000. 18-105mm OSS - Normal angle, Over shoulder Profil kamera: Neutral-3-3+2		2'	00:24	00:26	Profil kamera: Neutral-3-3 +2		00:35	00:37
8	Sony A6000. 18-105mm OSS - Normal angle, Over shoulder, 18mm Profil kamera: Neutral-3-3 +2		4'	00:26	00:30	Sony A6000. 35 mm OSS - Normal angle Profil kamera: Neutral-3-3 +2		00:37	00:38
9	Sony A6000. 35 mm OSS - Normal angle Profil kamera: Neutral-3-3 +2		5'	00:30	00:35	Sony A6000. 35 mm OSS - High angle Profil kamera: Neutral-3-3 +2		00:38	00:39
						Sony A6000. 35 mm OSS - Normal angle, Over shoulder		2'	00:39

Gambar 3. Materi dengan Topik Story Board

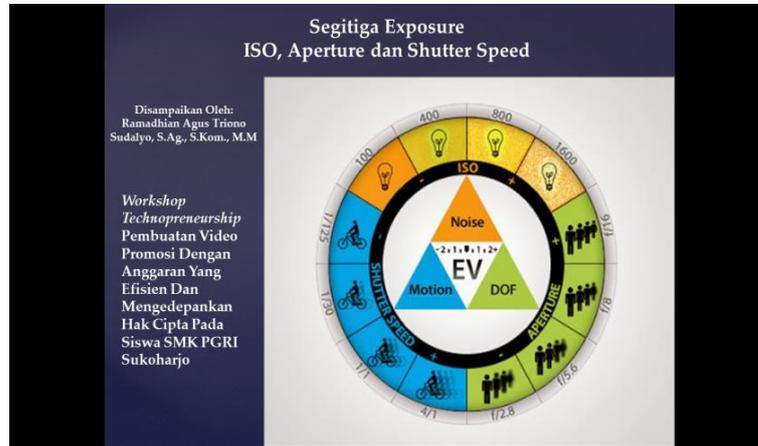
### 3.2.2 Sesi Kedua

Materi dan pelatihan disampaikan oleh Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M dengan beberapa materi utama:

- Teknik Pengambilan Gambar dan Sudut Pandang
- Triangle Exposure*
- Pencahayaan
- Teknik Penggunaan Kamera
- Audio & Video Editing*
- Praktik

Pemaparan dimulai dengan pengenalan teknik-teknik pengambilan gambar secara inti dan sudut pandang pengambilan gambar, baik cara pengambilan gambar *medium shot, close up, long shot, high angle, low angle, normal angle, over shoulder, panning, tilting*, dan lainnya. Diberikan pula materi, sekaligus peserta diminta untuk melakukan simulasi dalam pengaturan *iso*, pengaturan *shutter speed*, dan pengaturan *aperture/diafragma*. Materi dilanjutkan dengan teknik pencahayaan agar proses pengambilan gambar memiliki tingkat kecerahan dan kejelasan video yang dapat terjaga kualitasnya. Diberikan pula cara-cara penggunaan kamera yang benar dengan alat bantu seperti

*tripot* dan *stabilizer*. Setelah seluruh proses produksi video dipaparkan, selanjutnya peserta secara *random* diminta melakan praktik. Kegiatan dilanjutkan proses pasca produksi dengan fokus antara lain *cut*, *dissolve*, *matched dissolve*, *dissolve* yang di distorsikan, *frozen dissolve*, *fade*, *wipe*, dan *superimpose*.



Gambar 4. Materi Produksi Video Promosi

### 3.2.3 Sesi Ketiga

Pada sesi ketiga ini materi dan pelatihan disampaikan oleh Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si dengan beberapa materi:

- Menyusun AnggaranBiaya Produksi atau Operasional yang Efektif
- Menentukan *item* biaya yang habis pakai dan dengan sewa
- Latihan

Materi dititikberatkan bagaimana menyusun anggaran yang simpel dan tidak berbelit-belit. Karena banyak orang menyangka bahwa menyusun anggaran biaya sulit dan *njlimet*. Padahal sesungguhnya tidaklah demikian, bahwa menyusun rencana anggaran biaya merupakan hal yang vital, karena seluruh *item* baik dalam bentuk sewa dan barang habis pakai termasuk yang terkait jasa seperti tim kreatif, *voice over*, *talent*, *kameramen*, dan sebagainya semuanya tercatat dalam rencana biaya, sehingga seluruh kebutuhan produksi tercatat pasti dan tidak berdasarkan kira-kira. Dengan demikian produksi dapat terkontrol secara efektif, tanpa timbul sesilih biaya, sesuai tujuan proyek atau program. Setelah peserta dijelaskan secara rinci, maka sesi ketiga ini dilanjutkan dengan latihan menyusun rencana anggaran biaya.

Uraian	Satuan	Kuantitas	Harga Satuan	Biaya
Sewa Komputer	Unit	2	1.000.000	Rp. 2.000.000
Sewa Camera Digital Canon EOS 700D + Tripot	Unit	1	600.000	Rp. 600.000,00
DVD Blank, Tempat DVD dan Cover	Keping	6	8.300	Rp. 50.000,00
Sewa Printer	Unit	1	500.000	Rp. 500.000,00
Tinta printer ( Blue Print )	Set Botol	1	50.000	Rp. 50.000,00
Kertas Hvs A4 80 grm 1	Rim	1	40.000	Rp. 40.000,00
Jilid dan penggandaan laporan	Bundel	3	100.000	Rp. 300.000,00
Alat Tulis	pc	5	8.000	Rp. 40.000,00
Buku Referensi	eksempla r	4	75.000	Rp. 300.000,00
Konsumsi	Peck/box	5	20.000	Rp. 100.000,00
Transportasi	liter	13	7.300	Rp. 100.000,00
Sewa Drone	unit	1	400.000	Rp. 400.000,00
<b>Total Biaya</b>				<b>Rp. 3.080.000,00</b>

Gambar 5. Materi Rencana Anggaran Biaya Produksi

### 3.2.4 Sesi Keempat

Pada sesi penutup, materi *workshop* disampaikan oleh Gesang Kristianto Nugrohoto, S.Kom., M.H dengan sub tema:

- a. Etika dan Kaidah Dalam Menggunakan Materi yang Tidak Melanggar Hak Cipta
- b. Cara Agar Produk yang Dibuak Tidak Dianggap Melanggar Terhadap Hasil Karya Orang Lain
- c. Kasus Pelanggaran Hak Cipta

*Trainer* menyampaikan bahwa data dari sebuah riset 34% pelanggaran hak cipta bukan hanya faktor kesengajaan, namun terjadi karena faktor ketidaktahuan seseorang akan hak cipta. Kondisi ini tentunya perlu diminimalisir seoptimal mungkin karena aspek ketidaktahuan akan berdampak fatal yang berujung pada proses hukum. Peserta dibekali tentang intuisi kepekaan untuk menghargai hasil karya seni orang lain. Pada saat ingin menggunakan hasil karya orang lain peserta diberikan cara-cara yang tepat agar hasil karyanya yang dibuat aman terhindar dari melanggar hak cipta dan bukan plagiasi. Melalui *workshop* pada Pengabdian kepada Masyarakat ini, sarat edukasi dan sosialisasi tentang hak cipta yang dibekali sejak dini. Kedepan *workshop* tidak hanya dilaksanakan pada tingkat dasar, namun juga perlu *workshop* tingkat lanjut.



Gambar 6. Dokumentasi Workshop Sesi Keempat



Gambar 7. Materi Workshop Sesi Keempat

### 3.3 Tahap Evaluasi

Empat sesi telah puna dilaksanakan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Surakarta. Tentunya banyak kesan yang diperoleh atas terselenggaranya *Workshop* Pembuatan Video Promosi dengan Anggaran yang Efisien dan Mengedepankan Hak Cipta Pada Siswa SMK PGRI Sukoharjo. Kesan dari *trainer* sangat menyenangkan dapat berbagi ilmu dan keahlian sehingga

calon-calon *technopreneur* memiliki suatu pengalaman terbaru yang dikuasai untuk diimplementasikan pada bidang usaha atau profesi yang nanti akan digeluti. Sedangkan dari para peserta, menyampaikan bahwa dari satu *workshop* ini mampu memperoleh tiga pengetahuan dan keahlian secara sekaligus, untuk menguatkan *skill* yang telah didapat di sekolah. Dari pihak sekolah menyampaikan bahwa *workshop* yang disampaikan oleh para dosen dan praktisi sangat diperlukan karena siswa juga dibekali kondisi yang dihadapi nantinya saat terjun sebagai *entrepreneur/technopreneur*, siswa perlu strategi sehingga pada saat menemukan situasi yang belum pernah ditemui, walau setiap kondisi kasus dan prosesnya berbeda, siswa paling tidak sudah pernah diberi pengetahuan dan wawasan bagaimana membuat sebuah produk yang baik, memiliki kualitas, dan memberikan kesan pada klien atau *customers*, termasuk tidak pernah terjerumus pada pelanggaran hak cipta

Dari *workshop* ini peserta sangat aktif bertanya maupun menjawab pertanyaan dari *trainer* mengenai teknik-teknik produksi video promosi, menyusun anggaran, dan tentang hak cipta. Termasuk peserta penuh semangat dalam berlatih dan berani mempresentasikan hasil yang dibuat.

Pelatihan yang dilaksanakan dalam empat sesi mulai dari jam 07.00-17.00 berisi muatan materi yang dibutuhkan untuk melengkapi materi-materi yang sudah didapat di sekolah. Siswa perlu dibekali pengalaman secara serius untuk kreatif dan produktif serta aktif dalam mencetuskan ide-ide *entrepreneur* yang akan bermanfaat bagi masa depannya. Karena dunia profesi setiap saat akan penuh dengan persaingan, baik dari persaingan lokal dan persaingan dari negara lain. *Workshop* ini merupakan sub dari peningkatan sumber daya manusia Indonesia yang harus terus menerus meningkatkan kualitasnya agar mampu *leading* dan mampu berkompetisi. Pada kaitan ini, sebagai insan bangsa juga tidak terus menerus menggantungkan diri pada pemerintah yang memiliki beban berat dalam mengurus bangsa yang besar ini. Peserta *workshop* harus berinisiatif sebagai calon penerus masa depan bangsa dapat mandiri dengan berkarya sehingga dapat berhasil guna. Inilah komitmen yang terus dijalankan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menjadi bagian dalam membangun generasi bangsa yang unggul dan berkarakter.

#### 4. KESIMPULAN

Potensi generasi muda di Sukoharjo sangat unggul, baik kehidupan sosial dan kualitas pendidikan sudah sangat memadai. Akan lebih memadai peserta diberikan cara dan strategi dalam menghasilkan karya yang potensial dan berprospek profesi. Melalui tiga topik *workshop* yang disampaikan oleh empat *trainer* yang merupakan Tim Pengabdian kepada Masyarakat mampu memberi *outcome* sebagai dampak, manfaat, dan harapan perubahan. Prospek ke depan kemampuan memproduksi sebuah video masih menjadi kebutuhan dari berbagai bidang, sehingga *workshop* ini sebagai upaya mengembangkan kemampuan dan membangun cakrawala para peserta *workshop* bahwa peluang masih banyak dan tidak akan pernah habis. Walaupun mengalir deras para *content creator, videographer, influencer, vlogger, video editor, video promotion/marketing specialist* dan profesi lainnya dibidang multimedia, merupakan tantangan bagi para peserta *workshop* untuk lebih kreatif membuat produk bahkan program yang mampu menjadi pencetus ide dari konten-konten video yang mampu mendulang keuntungan dan *benefit*.

Dari 16 peserta ini Tim Pengabdian kepada Masyarakat telah menjalankan fungsinya dalam berperan mengembangkan insan-insan muda di Kabupaten Sukoharjo melalui kegiatan *workshop* untuk belajar kreatif dan inovatif dengan jiwa semangat berani tampil menunjukkan karya-karya hebatnya. Pada pelatihan ini di samping penguasaan *hard skill*, konsep *soft skill* juga ditanamkan kepada para peserta sehingga terbangun kepercayaan diri yang positif untuk tumbuh, berani maju, dan berani unjuk kebolehan. Tanpa keberanian dan takut untuk unjuk kreasi, maka sependai apapun seseorang tidak akan mampu untuk berkembang dan produktif.

#### REFERENCES

- Atsar, Abdul. 2018. *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Deepublish
- Brock, David. 2021. *Video Marketing Excellence Discover The Secrets To Video Marketing And Leverage Its Power To Bring Countless Relevant Visitors To Your Offers*. Scribl
- Devega, Army Trilidia. 2022. *Perancangan Video Iklan Sebagai Media Promosi*. Batam: CV. Batam Publisher

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi. 2022. *Layanan Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Retrieved from: [https://dikti.kemdikbud.go.id/layanan-direktorat-ri-set-teknologi- dan-pengabdian-kepada-masyarakat/](https://dikti.kemdikbud.go.id/layanan-direktorat-ri-set-teknologi-dan-pengabdian-kepada-masyarakat/)

Jon, Mowat. 2021. *Video Marketing: Create Engaging Video Campaigns to Drive Brand Growth an Sales*. United Kingdom: Kogan Page

Jon, Mowat. 2018. *Video Marketing Strategy Harness the Power of Online Video to Drive Brand Growth*. United Kingdom: Kogan Page

Fill, Chris dan Turnbull, Sarah. 2019. *Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation*. Pearson

Sholikah, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Bandung: Insania

Tambun, Rosmaida. 2020. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: [PT Rel Karir Pembelajaran](#)

Undang-undang Nomor. 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi