

Peningkatan Keterampilan Digital Pemuda Dan Pelaku UMKM Kota Cirebon Melalui Pelatihan Video Editing

Arif Rinaldi Dikananda^{1*}, Bani Nur Hakim², Aulia Nur Rochmah³, Mochamad Arief Saputra⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}arifrinaldidikananda.ikmi@gmail.com, ²baninurhakim.ikmi@gmail.com,

³baninurhakim.ikmi@gmail.com, ⁴mochamadariefsaputra.ikmi@gmail.com

(* : arifrinaldidikananda.ikmi@gmail.com)

Abstrak – Pelatihan video editing menjadi solusi strategis dalam menghadapi tantangan rendahnya keterampilan digital pemuda dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Cirebon. Program ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui peningkatan kapasitas dalam pembuatan konten video promosi yang efektif dan menarik. Kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan berbasis praktik, meliputi pengenalan software pengeditan, teknik dasar storytelling visual, hingga optimalisasi konten untuk media sosial. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan peserta, dengan 85% mampu memproduksi video promosi secara mandiri. Selain itu, pelatihan ini mendorong terbentuknya kolaborasi antara pemuda kreatif dan pelaku UMKM, memperluas jangkauan pemasaran digital, serta membuka peluang kerja baru di bidang industri kreatif. Dengan peningkatan keterampilan digital ini, pelaku UMKM menjadi lebih kompetitif, sementara pemuda memiliki alternatif penghasilan di era digital. Program ini memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif dan pengurangan angka pengangguran di Kota Cirebon

Kata Kunci: Keterampilan Digital, Video Editing, UMKM, Pemuda, Pemasaran Digital, Industri Kreatif

Abstract – Video editing training is a strategic solution to the challenge of low digital skills of youth and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Cirebon City. This program aims to empower the community through capacity building in creating effective and attractive promotional video content. Activities were carried out through a participatory and practice-based approach, including an introduction to editing software, basic visual storytelling techniques, and content optimization for social media. The results of the training showed a significant improvement in participants' skills, with 85% able to produce promotional videos independently. In addition, this training encourages collaboration between creative youth and MSME players, expands the reach of digital marketing, and opens new job opportunities in the creative industry. With the improvement of digital skills, MSME players become more competitive, while youth have alternative income in the digital era. This program contributes to the growth of the creative economy and the reduction of unemployment in Cirebon City.

Keywords: Digital Skills, Video Editing, Msmes, Youth, Digital Marketing, Creative Industry

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan mengedit video menjadi salah satu keterampilan penting, terutama bagi pemuda dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kota Cirebon, sebagai pusat ekonomi dan budaya di Jawa Barat, memiliki banyak pemuda yang tertarik pada industri kreatif serta UMKM yang berpotensi berkembang melalui pemasaran digital. Namun, masih banyak dari mereka yang belum memiliki keterampilan dalam pembuatan dan pengeditan video yang menarik, sehingga kurang mampu memanfaatkan media digital secara optimal.

Berdasarkan data dari **Dinas Koperasi dan UMKM Kota Cirebon**, pada tahun 2023 tercatat lebih dari **10.000 pelaku UMKM** di Kota Cirebon, di mana sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Survei yang dilakukan menunjukkan bahwa **lebih dari 60% pelaku UMKM di Cirebon belum mengoptimalkan konten video dalam strategi pemasaran digital mereka**. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pengeditan video serta kurangnya akses terhadap pelatihan yang memadai.

Di sisi lain, menurut laporan **Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cirebon**, tingkat pengangguran terbuka pada tahun 2022 mencapai **9,84%**, lebih tinggi dibandingkan rata-rata

nasional. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan keterampilan digital bagi pemuda agar lebih siap bersaing di dunia kerja, termasuk dalam bidang industri kreatif yang sedang berkembang pesat.

Melihat kondisi ini, pelatihan video editing menjadi solusi strategis untuk membantu pemuda dan pelaku UMKM meningkatkan keterampilan digital mereka. Dengan pelatihan ini, pemuda dapat memperoleh keterampilan yang relevan dengan industri kreatif, sementara pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka melalui pemasaran berbasis video. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dengan teknologi, sehingga dapat menciptakan peluang ekonomi baru serta mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Kota Cirebon.

1.2 Permasalahan Mitra

Dalam menghadapi era digital, pemuda dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Cirebon mengalami beberapa tantangan utama terkait pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan pengembangan usaha. Permasalahan ini berdampak pada keterbatasan mereka dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Berikut adalah beberapa permasalahan utama yang mereka hadapi:

a. Kurangnya Keterampilan dalam Video Editing

Banyak pemuda dan pelaku UMKM belum memiliki keterampilan dalam mengedit video secara profesional. Padahal, konten video saat ini menjadi salah satu alat pemasaran digital yang paling efektif, terutama di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. **Menurut survei Dinas Koperasi dan UMKM Kota Cirebon, lebih dari 60% UMKM masih mengandalkan pemasaran tradisional dan belum mengoptimalkan video sebagai strategi promosi.**

b. Keterbatasan Akses terhadap Pelatihan dan Teknologi

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh mitra adalah minimnya akses terhadap pelatihan video editing yang berkualitas dan terjangkau. Banyak dari mereka tidak memiliki kesempatan untuk belajar secara mandiri karena keterbatasan perangkat lunak, komputer yang memadai, atau keterbatasan waktu untuk belajar secara otodidak.

c. Kesulitan Menjangkau Pasar yang Lebih Luas

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM harus mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan strategi pemasaran yang lebih menarik. Namun, tanpa keterampilan video editing yang memadai, mereka kesulitan membuat konten promosi yang menarik dan efektif. Akibatnya, daya saing bisnis mereka lebih rendah dibandingkan dengan pesaing yang telah mengadopsi pemasaran digital berbasis video.

d. Tingginya Tingkat Pengangguran di Kalangan Pemuda

Berdasarkan data **Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cirebon tahun 2022**, tingkat pengangguran terbuka mencapai **9,84%**, lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pemuda di Kota Cirebon yang belum memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri, termasuk industri kreatif digital yang sedang berkembang.

Dampak Permasalahan terhadap Operasional dan Kesejahteraan Mitra

- a. **Bagi UMKM:** Kurangnya keterampilan digital membuat mereka sulit beradaptasi dengan tren pemasaran modern, yang berakibat pada keterbatasan dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pelanggan.
- b. **Bagi Pemuda:** Minimnya keterampilan video editing menghambat mereka untuk mendapatkan peluang kerja di bidang industri kreatif, yang berpotensi menjadi sumber penghasilan yang stabil.

1.3 Tujuan Kegiatan

Kegiatan **Pelatihan Video Editing untuk Meningkatkan Keterampilan Digital bagi Pemuda dan Pelaku UMKM Kota Cirebon** memiliki tujuan utama untuk membekali peserta dengan keterampilan digital yang relevan, sehingga mereka dapat lebih kompetitif dalam menghadapi tantangan di era digital. Tujuan ini terbagi dalam dua aspek: jangka pendek dan jangka panjang.

a. Tujuan Jangka Pendek:

1. Meningkatkan Pemahaman Dasar Video Editing

Memberikan pengetahuan dasar tentang teknik editing video, penggunaan software seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, atau Kinemaster, serta konsep dasar storytelling visual.

2. Melatih Keterampilan Praktis dalam Pembuatan Konten Digital

Membantu peserta dalam memproduksi video promosi yang menarik untuk meningkatkan branding dan pemasaran digital.

3. Meningkatkan Kesadaran akan Pentingnya Konten Visual dalam Pemasaran

Memberikan wawasan kepada pelaku UMKM tentang bagaimana video dapat meningkatkan interaksi pelanggan dan meningkatkan daya saing produk.

4. Menyediakan Akses ke Sumber Daya dan Jaringan Komunitas

Membangun komunitas kreatif di Kota Cirebon yang dapat berbagi ilmu dan pengalaman dalam industri digital.

b. Tujuan Jangka Panjang:

1. Mendorong Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing

Membantu pelaku UMKM di Kota Cirebon agar lebih mampu bersaing dengan bisnis lain melalui pemasaran berbasis video di media sosial.

2. Menciptakan Peluang Kerja bagi Pemuda di Industri Kreatif

Membekali pemuda dengan keterampilan yang dapat meningkatkan peluang mereka untuk bekerja di bidang kreatif, seperti content creator, editor video, atau digital marketer.

3. Mengurangi Tingkat Pengangguran melalui Pemberdayaan Keterampilan Digital

Dengan meningkatnya keterampilan digital, pemuda yang mengikuti pelatihan dapat membuka peluang kerja mandiri atau freelance di bidang video editing.

4. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Kota Cirebon

Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang mampu memanfaatkan video sebagai alat pemasaran, ekosistem bisnis digital di Kota Cirebon dapat berkembang lebih pesat.

1.4 Manfaat Kegiatan

Pelaksanaan **Pelatihan Video Editing untuk Meningkatkan Keterampilan Digital bagi Pemuda dan Pelaku UMKM Kota Cirebon** diharapkan memberikan dampak positif yang luas bagi para peserta dan pihak terkait. Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh:

a. Manfaat bagi Pemuda

Peserta akan memperoleh peningkatan keterampilan digital, khususnya dalam pengeditan video, yang menjadi keterampilan penting di era digital. Kemampuan ini dapat membuka peluang kerja dan usaha baru, seperti menjadi content creator, video editor, atau freelancer di bidang industri kreatif. Dengan adanya keterampilan ini, daya saing di dunia kerja meningkat karena peserta memiliki keunggulan tambahan dalam melamar pekerjaan di bidang pemasaran digital, media, atau

agensi kreatif. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan akses ke jaringan komunitas kreatif, yang bisa membuka peluang kolaborasi dan pengembangan profesional di masa depan.

b. Manfaat bagi Pelaku UMKM

Bagi pelaku usaha, pelatihan ini dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Dengan menguasai keterampilan video editing, mereka dapat menciptakan konten promosi yang lebih menarik dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Hal ini berpotensi meningkatkan penjualan serta brand awareness dari produk atau jasa yang mereka tawarkan. Selain itu, dengan kemampuan editing yang diperoleh, pelaku UMKM dapat menghemat biaya promosi karena tidak perlu menyewa jasa editor profesional. Dalam jangka panjang, penguasaan teknik pemasaran digital ini akan meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi kompetisi di era digital.

c. Manfaat bagi Kota Cirebon dan Pihak Terkait

Kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Cirebon. Dengan semakin banyaknya individu yang memiliki keterampilan di bidang digital, industri kreatif di kota ini akan berkembang lebih pesat. Selain itu, peningkatan keterampilan digital di kalangan pemuda dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran, karena mereka memiliki lebih banyak opsi untuk mendapatkan penghasilan, baik melalui pekerjaan formal maupun sebagai pekerja mandiri. Di sisi lain, digitalisasi UMKM yang semakin luas akan memperkuat ekosistem bisnis lokal, sehingga pelaku usaha lebih siap dalam menghadapi era persaingan digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan **Pelatihan Video Editing untuk Meningkatkan Keterampilan Digital bagi Pemuda dan Pelaku UMKM Kota Cirebon** dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Metode yang digunakan dalam program ini mengutamakan pendekatan **partisipatif, berbasis praktik, dan berbasis proyek** agar peserta mendapatkan pengalaman belajar yang maksimal

a. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan berbagai kegiatan awal untuk memastikan program berjalan lancar dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

a) Identifikasi Kebutuhan Mitra

- 1) Melakukan survei kepada pemuda dan pelaku UMKM mengenai kebutuhan mereka dalam bidang video editing dan pemasaran digital.
- 2) Mengidentifikasi kesenjangan keterampilan yang perlu ditingkatkan melalui pelatihan.

b) Penyusunan Kurikulum dan Materi Pelatihan

- 1) Menyusun modul pelatihan yang mencakup teori dan praktik video editing, storytelling digital, serta strategi pemasaran digital berbasis video.
- 2) Menyesuaikan materi dengan tingkat pemahaman peserta agar dapat diterima secara efektif

c) Persiapan Fasilitator dan Mentor

- 1) Melibatkan profesional di bidang video editing dan digital marketing sebagai narasumber dan mentor dalam pelatihan.
- 2) Melakukan briefing bagi fasilitator untuk memastikan keselarasan metode pengajaran

d) Pendaftaran dan Seleksi Peserta

- 1) Membuka pendaftaran untuk pemuda dan pelaku UMKM yang berminat mengikuti pelatihan.
- 2) Menyeleksi peserta berdasarkan minat, kebutuhan, dan kesesuaian dengan tujuan program

b. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi yang mencakup teori, praktik langsung, serta pendampingan dalam pembuatan proyek video.

- 1) Sesi 1: Pengenalan Dasar Video Editing dan Software

Memperkenalkan konsep dasar video editing, elemen visual, dan audio.

Pelatihan penggunaan software editing seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, atau DaVinci Resolve.

- 2) Sesi 2: Teknik Dasar dan Lanjutan dalam Video Editing

Teknik pemotongan video, transisi, efek visual, dan pengeditan audio.

Penggunaan teks, animasi, dan color grading untuk meningkatkan kualitas visual.

- 3) Sesi 3: Storytelling dan Pembuatan Konten Kreatif

Prinsip storytelling dalam video pemasaran dan konten digital.

Teknik membuat video promosi yang menarik untuk media sosial.

- 4) Sesi 4: Implementasi dan Simulasi Pembuatan Video

Setiap peserta membuat video promosi produk (untuk UMKM) atau konten kreatif (untuk pemuda).

Sesi review dan feedback dari mentor untuk penyempurnaan hasil editing.

- 5) Sesi 5: Optimalisasi Video untuk Media Sosial dan Monetisasi

Cara mengoptimalkan video agar lebih efektif di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Strategi monetisasi bagi peserta yang ingin menekuni bidang ini secara professional

c. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas program dan dampaknya terhadap peserta.

Evaluasi Peserta

- 1) Melakukan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta.
- 2) Menyediakan formulir umpan balik untuk menilai kepuasan peserta dan saran perbaikan.
- 3) Sertifikasi dan Publikasi Hasil Karya
- 4) Peserta yang berhasil menyelesaikan pelatihan akan mendapatkan sertifikat.
- 5) Video hasil karya peserta dipublikasikan di media sosial sebagai bentuk apresiasi dan promosi.

Pendampingan Pasca-Pelatihan

- 1) Menyediakan komunitas online untuk peserta agar dapat terus berbagi pengalaman dan belajar bersama.
- 2) Memberikan bimbingan bagi peserta yang ingin mengembangkan usaha atau karier di bidang video editing dan digital marketing

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelatihan

Pelaksanaan **Pelatihan Video Editing untuk Meningkatkan Keterampilan Digital bagi Pemuda dan Pelaku UMKM Kota Cirebon** telah memberikan berbagai hasil yang signifikan bagi peserta, baik dalam peningkatan keterampilan, produksi konten, maupun dampak terhadap usaha dan karier mereka.

a. Peningkatan Keterampilan Peserta

Setelah mengikuti pelatihan, peserta mengalami peningkatan keterampilan dalam berbagai aspek:

Keterampilan teknis video editing – Peserta mampu menggunakan software editing seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, atau DaVinci Resolve untuk mengedit video dengan kualitas yang lebih profesional.

- 1) **Pemahaman storytelling digital** – Peserta memahami bagaimana menyusun narasi visual yang menarik dan efektif untuk tujuan pemasaran atau branding.
- 2) **Kemampuan optimasi video untuk media sosial** – Peserta dapat menyesuaikan format, durasi, dan teknik editing agar video lebih menarik di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta mengalami peningkatan keterampilan editing, dengan rata-rata nilai post-test meningkat dibandingkan pre-test.

b. Produk dan Karya yang Dihasilkan

Sebagai bagian dari pelatihan, peserta berhasil menghasilkan berbagai konten video yang siap digunakan:

- 1) **Video promosi usaha untuk UMKM** – Para pelaku UMKM peserta program berhasil membuat video singkat untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Video ini telah mulai digunakan di media sosial dan marketplace untuk meningkatkan daya tarik bisnis mereka.
- 2) **Portofolio video kreatif bagi pemuda** – Peserta dari kalangan pemuda berhasil membuat konten video yang dapat mereka gunakan sebagai portofolio untuk melamar pekerjaan atau memulai usaha di bidang jasa editing.
- 3) **Dokumentasi video pelatihan** – Proses pelatihan didokumentasikan dalam bentuk video untuk referensi peserta dan promosi program serupa di masa depan.

Total **30 video promosi UMKM** dan **25 video kreatif individu** berhasil diproduksi sebagai hasil dari pelatihan ini.

c. Dampak terhadap UMKM dan Karier Peserta

Hasil dari program ini telah memberikan dampak nyata bagi peserta, terutama dalam hal peningkatan pemasaran digital dan peluang kerja:

- 1) **UMKM mengalami peningkatan engagement di media sosial** – Beberapa peserta UMKM melaporkan peningkatan interaksi dan penjualan setelah menerapkan strategi pemasaran video yang dipelajari dalam pelatihan.
- 2) **Peluang kerja baru bagi pemuda** – Beberapa peserta mulai mendapatkan tawaran pekerjaan freelance sebagai editor video atau content creator setelah menyelesaikan pelatihan.
- 3) **Kolaborasi antara pemuda kreatif dan UMKM** – Beberapa peserta pemuda mulai menjalin kerja sama dengan UMKM lokal dalam pembuatan konten video secara berkelanjutan.

d. Evaluasi dan Umpan Balik Peserta

Sebagian besar peserta memberikan umpan balik positif terhadap program ini, dengan beberapa poin utama sebagai berikut:

- 1) **95% peserta merasa puas** dengan metode pelatihan yang diberikan, terutama karena pendekatannya yang berbasis praktik.
- 2) **90% peserta menyatakan program ini bermanfaat** dalam membantu mereka memahami dan menguasai video editing untuk keperluan bisnis dan karier.
- 3) **85% peserta menyatakan ingin mengikuti pelatihan lanjutan** untuk memperdalam keterampilan editing dan pemasaran digital.

3.2 Hasil Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program **Pelatihan Video Editing untuk Meningkatkan Keterampilan Digital bagi Pemuda dan Pelaku UMKM Kota Cirebon** telah menunjukkan hasil yang positif dan sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam mengedit video, menghasilkan konten digital berkualitas, serta memberikan dampak langsung terhadap promosi usaha UMKM dan peluang kerja bagi pemuda.

a. Capaian Program Berdasarkan Tujuan

Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital bagi pemuda dan pelaku UMKM agar lebih kompetitif di era digital. Berikut adalah capaian utama yang berhasil diraih:

- 1) **Peningkatan Keterampilan Digital**
Peserta pelatihan telah menguasai dasar-dasar video editing, termasuk penggunaan software seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, dan DaVinci Resolve. Mereka juga memahami konsep dasar storytelling visual dan optimasi video untuk media sosial.
Capaian: 85% peserta mampu membuat video promosi sendiri setelah pelatihan.
- 2) **Produksi Konten Digital untuk UMKM**
Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan berhasil membuat video promosi produk mereka. Video ini digunakan di platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk meningkatkan jangkauan pasar.
Capaian: 30 video promosi UMKM berhasil diproduksi dan diunggah ke media sosial.
- 3) **Peluang Kerja bagi Pemuda**
Beberapa peserta dari kalangan pemuda mulai mendapatkan tawaran pekerjaan sebagai freelance video editor atau content creator setelah menyelesaikan pelatihan.
Capaian: 20% peserta mendapatkan klien atau proyek editing pertama mereka setelah pelatihan.
- 4) **Peningkatan Engagement Media Sosial UMKM**
UMKM yang telah mengunggah video hasil pelatihan melaporkan adanya peningkatan interaksi dan ketertarikan pelanggan terhadap produk mereka.
Capaian: Beberapa UMKM mengalami peningkatan engagement hingga 40% setelah menerapkan strategi pemasaran video.

b. Dampak yang Telah Terlihat pada Mitra

Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi para mitra, baik dalam hal keterampilan digital, pemasaran, maupun keberlanjutan usaha. Berikut adalah beberapa dampak yang telah terlihat:

- 1) Bagi Pemuda
 - a) Memiliki keterampilan baru yang dapat dimanfaatkan untuk mencari pekerjaan atau membuka jasa editing.
 - b) Lebih percaya diri dalam membuat dan mengedit video untuk berbagai keperluan.
 - c) Beberapa peserta mulai berkolaborasi dengan UMKM lokal dalam pembuatan konten pemasaran.
- 2) Bagi Pelaku UMKM
 - a) Lebih memahami pentingnya pemasaran digital berbasis video dalam meningkatkan daya saing usaha.
 - b) Memiliki materi promosi yang lebih profesional dan menarik bagi calon pelanggan.
 - c) Mulai aktif menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran utama.
- 3) Bagi Komunitas Lokal
 - a) Meningkatkan sinergi antara pemuda kreatif dan pelaku usaha untuk membangun ekosistem digital yang lebih kuat.
 - b) Menumbuhkan minat masyarakat terhadap keterampilan digital sebagai bagian dari pengembangan usaha dan karier

3.3 Luaran

Pelaksanaan program pelatihan ini telah menghasilkan beberapa luaran konkret yang bermanfaat bagi peserta, baik dalam bentuk materi, keterampilan, maupun hasil produksi video yang dapat langsung diterapkan dalam bisnis dan karier mereka. Berikut adalah beberapa luaran utama yang telah dihasilkan:

a. Modul Pelatihan Video Editing

Sebagai bagian dari kegiatan ini, tim penyelenggara menyusun **modul pelatihan digital dan cetak** yang berisi materi terkait:

Dasar-dasar video editing (penggunaan software seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, dan DaVinci Resolve)

- 1) **Teknik pengambilan gambar dan pencahayaan** untuk konten berkualitas
Konsep storytelling dalam video pemasaran
- 2) **Optimasi video untuk berbagai platform digital (Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp Business)**
- 3) **Strategi pemasaran digital berbasis video**

Hasil: Modul ini dibagikan kepada peserta dalam bentuk digital (PDF) dan dapat digunakan sebagai panduan belajar mandiri setelah pelatihan.

b. Video Promosi Produk UMKM

Selama pelatihan, peserta yang berasal dari kalangan pelaku UMKM berhasil membuat **konten video promosi** untuk produk mereka. Video-video ini telah diunggah ke media sosial mereka sebagai bagian dari strategi pemasaran.

c. Peningkatan Keterampilan Digital Peserta

Pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam hal:

- 1) Mengedit video secara mandiri
- 2) Menggunakan teknik visual storytelling untuk menarik perhatian audiens

- 3) Mengoptimalkan konten video agar lebih efektif dalam pemasaran
- 4) Menjalankan strategi pemasaran berbasis digital

d. Jaringan Kolaborasi antara Pemuda dan UMKM

Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan individu tetapi juga membangun koneksi antara pemuda kreatif dan pelaku usaha. Beberapa peserta dari kalangan pemuda mulai menawarkan jasa video editing untuk UMKM yang membutuhkan konten pemasaran.

e. Dokumentasi dan Laporan Evaluasi Program

Seluruh proses pelatihan, termasuk hasil sebelum dan sesudah pelatihan, telah terdokumentasi dalam bentuk laporan evaluasi program. Laporan ini mencakup:

- 1) Data peserta dan keterampilan yang mereka kuasai sebelum dan sesudah pelatihan
- 2) Hasil video yang telah diproduksi oleh peserta
- 3) Feedback dari peserta terkait efektivitas program



Gambar1. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Program pelatihan video editing ini telah berhasil memberikan manfaat nyata bagi pemuda dan pelaku UMKM di Kota Cirebon. Kegiatan ini meningkatkan keterampilan digital peserta, memungkinkan mereka untuk menghasilkan konten pemasaran yang lebih menarik, serta membuka peluang baru dalam dunia digital marketing dan industri kreatif. Dengan pelatihan ini, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teknis, tetapi juga wawasan strategis dalam mengoptimalkan video untuk pemasaran produk atau layanan mereka.

Beberapa **point utama** yang dapat disimpulkan dari program ini adalah:

- a. **Peningkatan keterampilan digital** – Sebagian besar peserta kini mampu membuat dan mengedit video secara mandiri menggunakan berbagai perangkat lunak editing.
- b. **Dampak positif bagi UMKM** – Video yang diproduksi peserta UMKM telah meningkatkan engagement media sosial dan memperkuat branding usaha mereka.
- c. **Kolaborasi antara pemuda dan UMKM** – Terjalannya kerja sama antara kreator muda dengan pelaku UMKM menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat di era digital.
- d. **Potensi ekonomi baru** – Beberapa peserta dari kalangan pemuda mendapatkan peluang kerja sebagai editor video freelance, membuka jalan bagi penghasilan tambahan di bidang kreatif.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa keterampilan digital, terutama dalam video editing, memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing pemuda dan UMKM di era digital.

Pelajaran yang Dapat Diambil

Dari pelaksanaan program ini, terdapat beberapa pembelajaran penting yang dapat menjadi referensi untuk kegiatan serupa di masa depan:

- a. **Pelatihan praktis lebih efektif** – Peserta lebih cepat memahami materi ketika diberikan praktik langsung dibandingkan teori yang terlalu panjang.
- b. **Pendampingan setelah pelatihan dibutuhkan** – Beberapa peserta masih memerlukan bimbingan dalam menerapkan keterampilan baru mereka setelah program selesai.
- c. **Akses ke teknologi menjadi kendala** – Tidak semua peserta memiliki perangkat yang memadai untuk mengedit video secara optimal, sehingga perlu strategi untuk mengatasi keterbatasan ini.
- d. **Kolaborasi mempercepat perkembangan** – Kerja sama antara pemuda kreatif dan UMKM menciptakan manfaat timbal balik, di mana UMKM mendapatkan konten berkualitas dan pemuda mendapatkan pengalaman serta peluang kerja.

Rekomendasi untuk Keberlanjutan Program

Agar program ini memiliki dampak jangka panjang, beberapa rekomendasi untuk keberlanjutan atau pengembangan kegiatan serupa meliputi:

1. **Membentuk komunitas kreator digital lokal** – Dengan adanya wadah bagi peserta untuk terus berlatih dan berbagi pengalaman, keterampilan mereka dapat berkembang lebih jauh.
2. **Mengadakan pelatihan lanjutan** – Sesi mendalam tentang strategi pemasaran digital berbasis video, monetisasi konten, dan tren editing terbaru dapat diberikan untuk meningkatkan daya saing peserta.
3. **Memberikan akses ke perangkat editing** – Menyediakan fasilitas editing yang bisa diakses peserta, misalnya melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan atau komunitas kreatif lokal.
4. **Mentorship atau inkubasi bagi peserta unggulan** – Menyediakan program pendampingan bagi peserta yang ingin mengembangkan jasa editing video sebagai profesi atau bisnis.
5. **Kolaborasi dengan platform digital** – Bekerja sama dengan media sosial atau marketplace untuk memberikan peluang bagi peserta dalam mempromosikan produk atau jasa mereka.

Dengan langkah-langkah ini, keterampilan yang diperoleh peserta dapat terus berkembang dan memberikan dampak lebih luas bagi ekosistem bisnis kreatif di Kota Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Arifin, Z. (2020). *Video Editing Sebagai Media Promosi Digital UMKM di Era Industri 4.0*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 3(2), 150-160. <https://doi.org/10.22225/jebd.3.2.2020.150-160>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, and Society* (16th ed.). Pearson.
- Kusnandar, V. B. (2023, Februari 14). *Jumlah UMKM di Indonesia Capai 64,2 Juta pada 2022*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/14/jumlah-umkm-di-indonesia-capai-642-juta-pada-2022>
- Priyanto, A. (2021). *Digital Marketing Strategi untuk UMKM di Era Pandemi COVID-19*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Data UMKM Indonesia 2023*. <https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan-umkm-2023.pdf>
- Kurniawan, A., & Hartanto, T. (2021). *Peningkatan Keterampilan Video Editing untuk Generasi Milenial*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2(1), 30-38. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v2i1.3951>

- BPS Kota Cirebon. (2023). *Statistik Daerah Kota Cirebon 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://cirebonkota.bps.go.id/publication>
- Suryani, Y. (2022). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial untuk UMKM di Era Digital*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 9(1), 50-59. <https://doi.org/10.34208/jimb.v9i1.829>