

Pelatihan Smartphone Videografi untuk Meningkatkan Keterampilan Wirausaha Siswa SMA di Tasikmalaya

Muhammad Rizki Nugraha^{*1}, Muhammad Dzikri Ar Ridlo¹, Nugraha Adhi Pratama¹,
Adi Prehanto¹, Rangga Gelar Guntara¹, Adam Hermawan¹, Syti Sarah Maesaroh¹, Asep
Nuryadin¹, Btari Mariska Purwaamijaya¹

¹Universitas Pendidikan Indonesia
e-mail: ^{*}murinu@upi.edu

ABSTRAK

Dalam era digital, video marketing telah menjadi alat penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing bisnis. Namun, siswa SMA di Tasikmalaya yang memiliki minat dalam kewirausahaan masih menghadapi keterbatasan keterampilan teknis dan pemahaman strategi pemasaran digital berbasis video. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membekali siswa dengan kemampuan videografi berbasis smartphone sebagai sarana promosi usaha yang kreatif dan efektif. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan interaktif, praktik langsung pembuatan video promosi, serta pendampingan dalam proses editing dan publikasi konten. Melalui pendekatan berbasis praktik, peserta belajar memproduksi video dengan memanfaatkan fitur smartphone dan memahami prinsip dasar digital marketing. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis, kreativitas, serta kemampuan siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat branding dan promosi usaha. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan kompetensi digital di sekolah serta mendukung kesiapan generasi muda dalam menghadapi tantangan kewirausahaan di era industri kreatif.

Kata kunci: Videografi; Smartphone; Kewirausahaan Digital; Pelatihan; Video Marketing.

ABSTRACT

In the digital era, video marketing has become a vital tool for building consumer trust and enhancing business competitiveness. However, high school students in Tasikmalaya who are interested in entrepreneurship still face challenges in technical skills and understanding of video-based digital marketing strategies. This community service program aims to equip students with smartphone-based videography skills as a creative and effective means of business promotion. The program employed interactive training, hands-on video production practice, and mentoring in editing and content publishing. Through a practical approach, participants learned to produce promotional videos using smartphone features and basic digital marketing principles. The results show a significant improvement in students' technical abilities, creativity, and capacity to utilize social media as a branding and marketing tool. This training is expected to serve as a model for developing digital competence in schools and to strengthen youth readiness in facing challenges within the creative industry era.

Keywords: Videography; Smartphone; Digital Entrepreneurship; Training; Video Marketing.

PENDAHULUAN

Digital Marketing telah mengalami transformasi signifikan seiring dengan adopsi teknologi baru dan perkembangan media sosial. Konten video menjadi semakin penting dalam strategi pemasaran, tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan konsumen. Kamuri et al. mencatat bahwa konten digital yang baik, termasuk video tutorial dan iklan, berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen dalam kegiatan belanja online (Kamuri et al., 2023). Kontribusi ini sangat penting dalam era di mana konsumen lebih memilih interaksi digital dibandingkan tatap muka (Bizhanova et al., 2019). Chen et al. juga mencatat dampak positif dari penggunaan video di platform digital dalam membangun persepsi terhadap tujuan pariwisata, yang menunjukkan bagaimana video dapat memengaruhi keputusan konsumen (Chen et al., 2023).

Dalam konteks pelaksanaan, video marketing dapat meningkatkan keterlibatan konsumen secara signifikan. Dendi et al. menunjukkan bahwa konten video yang menarik dan kreatif di platform seperti TikTok memiliki pengaruh besar dalam membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk (Dendi et al., 2023). Penggunaan fitur interaktif di dalam video memfasilitasi komunikasi dua arah antara merek dan konsumen, yang semakin memperkuat relasi tersebut (Veirman et al., 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Wang et al., yang menegaskan bahwa video pendek yang relevan dapat memenuhi kebutuhan psikologis konsumen di era digital (wang et al., 2024).

Smartphone telah menjadi alat yang sangat efisien dan praktis untuk produksi video, memberikan akses yang luas bagi pengguna untuk menciptakan konten berkualitas. Kamuri et al. memperlihatkan bahwa banyak pelaku usaha kini mengandalkan smartphone untuk membuat video produk yang menarik, menampilkan kemudahan dalam produksi (Kamuri et al., 2023). Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Muttaqien dan Muktaf yang menyoroti bagaimana pelatihan penggunaan teknologi smartphone untuk membuat konten audiovisual dapat meningkatkan kreativitas siswa (Muttaqien & Muktaf, 2023).

Dalam pengaturan pendidikan, smartphone bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga alat untuk belajar dan berkarya, yang menunjukkan fleksibilitas serta potensi tinggi dalam pembelajaran konten video. Lebih jauh, penggunaan smartphone dalam produksi video meningkatkan ketersediaan materi yang dapat diproduksi oleh individu. Alksne membahas bahwa alat yang mudah diakses ini memungkinkan pembelajaran yang lebih interaktif dan aktif, memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengeksplorasi ide-ide kreatif (Alksne, 2016). Dengan kemajuan teknologi dan kualitas kamera yang semakin baik pada smartphone, siswa dapat menghasilkan video promosi yang kompetitif meski dengan sumber daya yang terbatas.

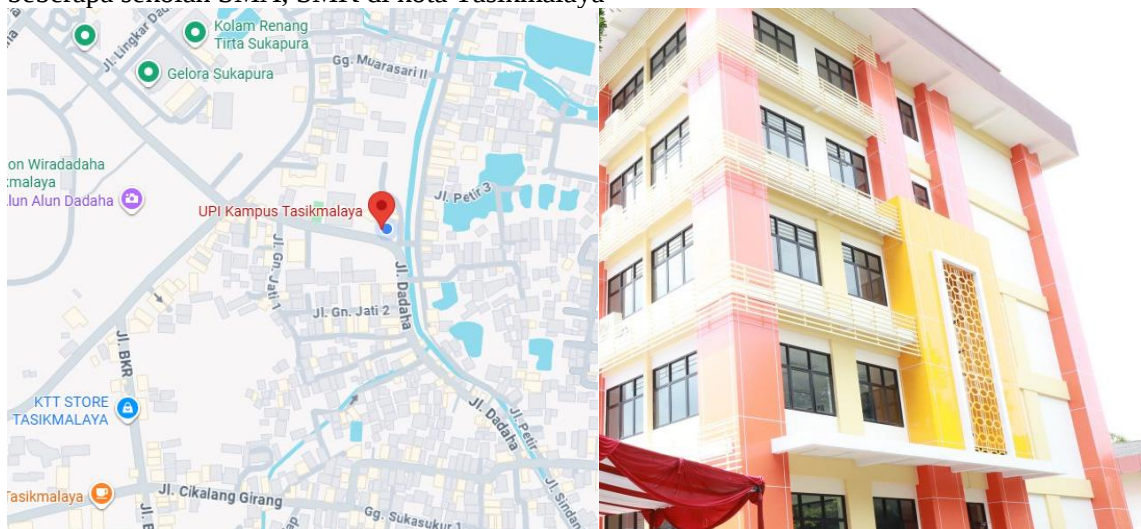
Tasikmalaya sebagai salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wirausaha muda menunjukkan antusiasme tinggi di kalangan siswa SMA terhadap dunia kewirausahaan digital. Namun, dalam praktiknya, siswa dihadapkan pada berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi potensi tersebut. Banyak di antara mereka yang belum memiliki keterampilan teknis dalam pembuatan video promosi yang menarik dan profesional, serta masih minim pemahaman tentang strategi pemasaran digital berbasis video. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memasarkan produk atau jasa yang dimiliki. Selain itu, belum adanya pembelajaran formal di sekolah yang secara khusus mengajarkan keterampilan produksi video untuk kebutuhan bisnis turut memperlemah kemampuan mereka dalam bersaing di dunia digital. Akses terhadap pelatihan dan sumber daya pendukung juga masih terbatas, sementara tingkat persaingan dalam dunia kewirausahaan digital semakin ketat dan menuntut kreativitas serta inovasi dalam promosi usaha.

Kondisi kewirausahaan siswa SMA di Tasikmalaya menunjukkan adanya potensi besar tetapi juga tantangan yang perlu dihadapi. Dalam banyak kasus, siswa memiliki ide-ide inovatif, tetapi kurangnya keterampilan teknis dalam memproduksi video promosi berkualitas menjadi hambatan. Tatum et al. memperlihatkan bahwa kualitas video, termasuk aspek audio dan pencahayaan, berperan penting dalam efektivitas komunikasi pesan (Tatum et al., 2021). Keterampilan ini sering kali tidak diajarkan secara formal di sekolah, sehingga siswa memerlukan pelatihan khusus untuk meningkatkan kemampuannya.

Tantangan yang juga dihadapi oleh siswa adalah navigasi pasar yang penuh dengan kompetisi dan batasan akses terhadap sumber daya. Namun, peluang bagi kewirausahaan siswa masih sangat terbuka, terutama jika mereka mampu memanfaatkan media sosial dan teknologi produksi modern seperti smartphone. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Zhou, yang menunjukkan bahwa pemasaran video dapat sangat efektif dalam menarik audiens (Zhou, 2024). Dengan lebih banyak pelatihan dan sumber daya, siswa dapat dibekali dengan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing dalam marketplace yang semakin digital.

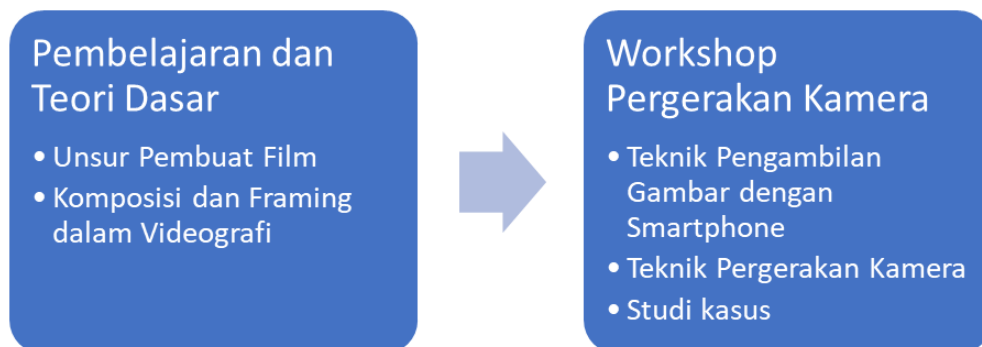
METODE PELAKSANAAN

Pelatihan “Smartphone Videografi untuk Meningkatkan Keterampilan Wirausaha Siswa SMA di Tasikmalaya” dirancang secara sistematis untuk membekali siswa dengan keterampilan dasar hingga lanjutan dalam pembuatan video menggunakan smartphone. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berlangsung di UPI Kampus Tasikmalaya dengan 80 peserta dari beberapa sekolah SMA, SMK di kota Tasikmalaya



Gambar 1. Peta Lokasi dan Gedung UPI Kampus Tasikmalaya

Metode kegiatan dalam pelatihan ini dirancang agar siswa SMA di Tasikmalaya dapat memahami dan menguasai keterampilan videografi menggunakan smartphone dengan pendekatan berbasis pembuatan film. Program ini mencakup teori dan praktik dari unsur-unsur dasar sinematografi hingga teknik pergerakan kamera yang mendukung pembuatan video berkualitas untuk keperluan wirausaha. Metode kegiatan diperlihatkan pada gambar 2.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan PKM

Berdasarkan gambar 2, metode pelaksanaan PkM terdiri dari dua tahap yaitu pembelajaran dan teori dasar, dan workshop pergerakan kamera, sebagai berikut:

1. Pembelajaran Teori dan Konsep Dasar

Pengenalan Unsur Pembuatan Film

1. Konsep dasar videografi dalam pembuatan film pendek.
2. Pemahaman tentang storytelling visual dan struktur narasi dalam video.
3. Analisis genre video untuk kebutuhan pemasaran produk atau jasa.

Komposisi dan Framing dalam Videografi

1. Teknik komposisi gambar (rule of thirds, leading lines, dll.).
2. Pemanfaatan pencahayaan alami dan buatan untuk meningkatkan kualitas visual.
3. Penggunaan warna dan estetika visual untuk memperkuat branding.

2. Workshop Pergerakan Kamera dan Teknik Sinematografi

Teknik Pengambilan Gambar dengan Smartphone

1. Perkenalan berbagai jenis shot (wide shot, medium shot, close-up, extreme close-up, dll.).
2. Studi kasus dan analisis video profesional untuk memahami efek sinematik.

Teknik Pergerakan Kamera

1. Pengenalan berbagai jenis pergerakan kamera (pan, tilt, tracking, dolly, handheld, dll.).
2. Simulasi penggunaan stabilizer/gimbal atau teknik handheld yang stabil.
3. Latihan praktis dalam menerapkan pergerakan kamera untuk storytelling yang efektif.

Dengan metode ini, pelatihan diharapkan dapat meningkatkan keterampilan siswa dalam memanfaatkan smartphone sebagai alat produksi video berkualitas untuk mendukung wirausaha para audiens.

Berikut adalah langkah-langkah kegiatan dalam pelatihan ini:

1. Persiapan dan Pengumpulan Peserta

1. Sosialisasi program kepada sekolah-sekolah SMA di Tasikmalaya.
2. Pendaftaran peserta yang berminat mengikuti pelatihan.
3. Pengelompokan peserta berdasarkan jumlah yang telah ditentukan.

2. Pengenalan Konsep Dasar Videografi

1. Unsur Pembuatan Film: Memahami konsep storytelling, struktur narasi, serta elemen penting dalam video pemasaran.
2. Komposisi dan Framing: Pengenalan teknik komposisi visual seperti rule of thirds, leading lines, dan balance dalam pengambilan gambar.
3. Pencahayaan dan Warna: Teknik penggunaan pencahayaan alami dan buatan untuk meningkatkan kualitas visual.
4. Studi Kasus: Analisis video pemasaran yang efektif dan bagaimana elemen sinematografi diterapkan dalam video promosi usaha.

3. Workshop Teknik Pengambilan Gambar dan Pergerakan Kamera

1. Teknik Shot dalam Videografi:
 - Wide shot, medium shot, close-up, extreme close-up, over-the-shoulder, dan point-of-view.
2. Latihan Pergerakan Kamera:
 - Teknik dasar pergerakan kamera seperti pan, tilt, tracking, dolly, handheld, dan stabilisasi menggunakan gimbal atau trik manual.
 - Praktik pengambilan video dengan variasi pergerakan kamera untuk mendukung storytelling yang kuat.

4. Simulasi Produksi Video

1. Perancangan Skenario dan Storyboard:
 - Setiap kelompok membuat konsep video promosi produk atau jasa yang dimiliki.
 - Penyusunan skenario dan storyboard sebagai panduan dalam proses shooting.
2. Proses Shooting:
 - Pelaksanaan pengambilan gambar sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

- Penerapan teknik framing, pencahayaan, dan pergerakan kamera yang telah dipelajari.
3. Editing Video dengan Smartphone:
- Menggunakan aplikasi editing video berbasis mobile seperti CapCut, VN, atau Kinemaster.
 - Teknik dasar pengeditan, termasuk pemotongan klip, transisi, efek visual, dan optimasi audio.

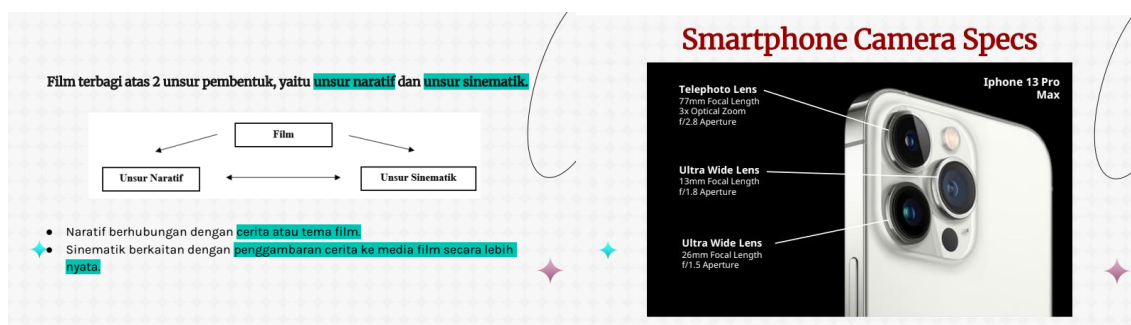
HASIL KEGIATAN

Kegiatan *Pelatihan Smartphone Videografi untuk Meningkatkan Keterampilan Wirausaha Siswa SMA di Tasikmalaya* yang dilaksanakan pada 3–4 Juni 2025 di Aula Gedung Dewi Sartika UPI Kampus Tasikmalaya berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam pembuatan video promosi berbasis smartphone. Pelatihan ini diikuti oleh puluhan siswa SMA dari berbagai sekolah di Tasikmalaya dengan antusiasme tinggi, dipandu oleh Muhammad Dzikri Ar Ridlo, S.Ds., M.Ds., beserta tim dosen Program Studi Bisnis Digital.



Gambar 3. Pematerian oleh Fasilitator

Materi pelatihan mencakup seluruh tahapan produksi video mulai dari pra-produksi, teknik pengambilan gambar, hingga penyuntingan sederhana langsung di smartphone. Peserta juga dibekali dengan pemahaman unsur naratif dan sinematik, teknik segitiga eksposur (aperture, shutter speed, ISO), serta tips komposisi visual dan pengaturan format video sesuai platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Selain aspek teknis, pelatihan turut menekankan pentingnya video sebagai alat strategis dalam digital marketing dan kewirausahaan.



Gambar 4. Materi Ajar

Melalui sesi praktik, para siswa bekerja dalam kelompok kecil untuk membuat video wirausaha, mempraktikkan teknik yang telah dipelajari, dan mendapatkan umpan balik langsung dari pemateri. Hasilnya, siswa mampu menghasilkan video promosi yang lebih rapi, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan pemasaran digital. Peserta mengaku mendapatkan wawasan baru

tentang bagaimana memanfaatkan video untuk mendukung ide bisnis mereka.



Gambar 5. Sesi Workshop

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kreativitas dan keterampilan videografi siswa, sekaligus memperkuat jiwa kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Program Studi Bisnis Digital UPI Kampus Tasikmalaya berkomitmen melanjutkan inisiatif serupa agar lebih banyak siswa dapat mengembangkan potensi dan bersaing di era ekonomi kreatif berbasis konten video.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pelatihan videografi berbasis smartphone bagi siswa SMA di Tasikmalaya berhasil menjawab permasalahan utama yang sebelumnya diidentifikasi, yakni keterbatasan keterampilan teknis dan pemahaman strategi pemasaran digital berbasis video. Melalui kegiatan ini, siswa memperoleh kemampuan praktis dalam proses produksi video, mulai dari perencanaan cerita, pengambilan gambar, hingga penyuntingan sederhana yang dapat dilakukan secara mandiri. Lebih dari itu, pelatihan ini juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya video sebagai alat komunikasi dan promosi dalam kewirausahaan digital.

Kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendampingan yang tepat, siswa mampu mengoptimalkan penggunaan smartphone sebagai sarana produktif untuk menciptakan konten pemasaran yang kreatif dan relevan dengan tren digital saat ini. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan keterampilan, motivasi, serta kepercayaan diri peserta dalam memproduksi video yang layak untuk promosi usaha. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi langsung terhadap pengembangan kompetensi kewirausahaan digital di kalangan siswa SMA dan mendukung upaya pembekalan generasi muda menghadapi tantangan ekonomi kreatif.

Kegiatan ini dapat menjadi model pelatihan berkelanjutan yang diadaptasi di sekolah-sekolah lain, dengan pengembangan materi lanjutan seperti strategi *storytelling*, analisis audiens, dan optimasi distribusi konten di media sosial agar dampak kewirausahaan digital semakin luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alksne, A. (2016). How to produce video lectures to engage students and deliver the maximum amount of information. *Society Integration Education: Proceedings of the International Scientific Conference*, 2, 1424. <https://doi.org/10.17770/sie2016vol2.1424>
- Bizhanova, T., Mamyrbekov, A., Umarov, B., Kenzhegulova, G., & Shibutov, Y. (2019). Impact of digital marketing development on entrepreneurship. *E3S Web of Conferences*, 135, 04023. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504023>
- Chen, T., Wang, J., & Zhao, X. (2023). Impact of short video marketing on tourist destination perception in the post-pandemic era. *Sustainability*, 15(13), 10220. <https://doi.org/10.3390/su151310220>
- Dendi, A. H., Rizki, M. M., & Prabowo, H. (2023). The influence of online video content on TikTok Shop consumer behavior. *Jurnal Pengembangan Riset dan Desain Kreatif*, 1(01), 2502. <https://doi.org/10.24967/jprdc.v1i01.2502>
- Kamuri, P., Wenshan, G., & Heri, P. (2023). The role of digital marketing content tools in building public trust in Kupang City to online shopping. *Journal of Tourism Economics and Policy*,

- 3(3), 769. <https://doi.org/10.38142/jtep.v3i3.769>
- Muttaqien, R., & Muktaf, A. (2023). The utilization of smartphone technology as a medium for creating audiovisual content in SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. *International Conference on Communication Science*, 1(2), 115. <https://doi.org/10.18196/iccs.v1i2.115>
- Tatum, W. O., Helmers, S. L., Wootton, J., & Benbadis, S. R. (2021). Video quality using outpatient smartphone videos in epilepsy: Results from the OSmartViE study. *European Journal of Neurology*, 28(12), 14744. <https://doi.org/10.1111/ene.14744>
- Veirman, M. D., Hudders, L., & Nelson, M. R. (2019). What is influencer marketing and how does it target children? A review and direction for future research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2685. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02685>
- Wang, F., Liu, Y., & Zhang, H. (2024). Impact of mobile short video marketing on consumers' psychological needs in the internet environment. *EAI Endorsed Transactions on Internet of Things*, 15(3), 2346183. <https://doi.org/10.4108/eai.15-3-2024.2346183>
- Zhou, H. (2024). Impact of short video marketing on film promotion: A case study of Douyin platform. *Advances in Economics, Management, and Political Sciences*, 110, 2024ED0134. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/110/2024ed0134>