

PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DI KAMPUNG TEMATIK KERAJINAN ARKILIK GUNUNG PANGILUN KOTA PADANG

Nanang Fatchurrohman¹, Omia Crefioza^{1a}, dan Meldia Fitri¹

¹) Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Jl. Raya Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatra Barat, 25122

^{a)} *omiacrefioza@upiyptk.ac.id*

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Kampung Akrilik terletak di Kecamatan Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat. Kampung ini adalah salah satu kampung tematik yang dicanangkan oleh Bapak Walikota Padang dengan Dinas terkait. Tepatnya pada tanggal 11 November 2021, Bapak Walikota mengadakan pertemuan dengan wakil Perguruan Tinggi di Padang untuk memulakan program pendampingan terhadap kampung tematik demi menyukseskan program tersebut. Hasil wawancara awal oleh tim yang telah dilakukan kepada pengrajin mendapatkan bahwa penjualan di Kampung Akrilik kondisinya saat sekarang sedang mengalami kelesuan dalam penjualan akibat Pandemi Covid-19. Dengan adanya permasalahan ini, telah diputuskan untuk membantu dari segi promosi dalam bentuk Video Profil bagi usaha Kampung Akrilik. Video Profil, dibuat secara profesional dan menarik. Video ini akan disasarkan kepada segmen pasar konsumen semua usia. Isi video ditampilkan dengan pembawaan bercerita untuk memproduksi video promosi yang menarik. Serta berisi kata-kata yang dapat membuat calon konsumen masuk ke dalam cerita dan menyenangi produk yang dipromosikan. Dengan adanya media dalam internet seperti YouTube, TikTok, Instagram dan lain-lain. Diharapkan Video Profil ini akan mencapai target konsumen secara meluas dan tepat mencapai sasaran. Dengan adanya Video Profil ini diharapkan bisa membantu Kampung Akrilik dapat bergeliat lagi dan meningkatkan penjualannya hingga mencapai sales volume seperti sebelum pandemi.

Kata kunci: *video profil, pengabdian masyarakat, kampung tematik, kerajinan akrilik, kota padang,*

PENDAHULUAN

Kampung Akrilik terletak di Kecamatan Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat. Kampung ini adalah salah satu kampung tematik yang dicanangkan oleh Bapak Walikota Padang dengan Dinas terkait. Lebih tepatnya pada tanggal 11 November 2021, Bapak Walikota mengadakan pertemuan dengan Kampung Akrilik Perguruan Tinggi Padang untuk memulakan program pendampingan terhadap kampung tematik demi menyukseskan program tersebut. Kampung Akrilik terletak di nomor 4 dari kampung tematik dalam lampiran nota tersebut (Nota Paparan Walikota Padang, 2021).

Sejalan dengan instruksi Bapak Walikota Padang (Nota Paparan Walikota Padang, 2021), usaha dan peran aktif civitas akademik ini bisa berkontribusi dalam merealisasikan visi kota Padang yakni: Padang yang Madani Berbasis Pendidikan, Perdagangan dan Pariwisata Unggul serta Berdaya Saing. Sementara peran aktif dalam bentuk Tri-Dharma, dunia akademis diharapkan mampu berkontribusi dalam pencapaian Misi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Padang Tahun 2019-2024. Terutama dalam poin misi berikut ini.

- Meningkatkan kualitas pendidikan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang beriman, kreatif, inovatif dan berdaya saing.
- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota Padang yang inklusif.

- Mewujudkan kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif.

Adapun tujuan spesifik pembangunan Kampung Tematik di Kota Padang, adalah sebagai berikut.

- Penurunan angka kemiskinan dan pengangguran.
- Perbaikan lingkungan permukiman kumuh menjadi tidak kumuh.
- Peningkatan partisipasi atau peran serta masyarakat.
- Peningkatan potensi lokal masyarakat dan lingkungan setempat.
- Peningkatan pemberdayaan masyarakat.
- Memberi motivasi /pengaruh positif bagi kampung-kampung lainnya.
- Menggugah BUMN, BUMD dan Swasta mengarahkan CSR pada Kampung Tematik.
- Menambah tujuan atau destinasi wisata.

Di dalam komunitas pengusaha Kampung Akrilik ada 15 pengrajin yang menjalankan usaha ini (Nota Paparan Walikota Padang, 2021). Kegiatan dan denah Kampung Akrilik dijelaskan pada Gambar 1. Kerajinan akrilik memanfaatkan limbah botol akrilik dan bahan akrilik yang lainnya. Dengan memanfaatkan bahan-bahan ini para pengrajin dapat membuat kerajinan tangan berupa dompet, tas wanita, tas belanja, hiasan meja dan lain-lain.



Gambar 1. Kegiatan dan denah Kampung Akrilik

Peran kami sebagai civitas akademik dari Universitas Putra Survei YPTK Padang dan berlandaskan prinsip Tri-Dharma, dengan ini kami sangat mendukung kegiatan di Kampung Akrilik. Dukungan ini dapat direalisasikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat di kampung ini.

Survei awal telah dilakukan oleh tim kami pada tanggal 21 April 2022 dengan mewawancarai perwakilan dari pengrajin akrilik. Pengrajin diwakili oleh Ibu Fitriai Wetty (Zaizha Collection). Keterangan survei awal dalam Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Survei dan wawancara awal dengan pengrajin di Kampung Akrilik



Gambar 3. Jenis-jenis produk akrilik

Dari hasil wawancara, telah kami dapatkan bawah kondisi sekarang sedang mengalami kelesuan dalam penjualan akibat Pandemi Covid-19. Hal ini sangatlah wajar karena penghasilan dari kampung ini didapatkan terutama dari kunjungan wisatawan yang datang dan juga para konsumen lokal yang datang langsung ke lokasi penjualan kerajinan ini. Dengan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Covid-19 yang membatasi mobilitas masyarakat maka konsumen yang datang langsung berkurang secara signifikan. Ditambah dengan kondisi ekonomi masyarakat yang menurun pada saat Pandemi Covid-19 ini, maka daya beli masyarakat akan kerajinan akrilik ini juga semakin menurun.

Pengertian akrilik sendiri adalah suatu benda lembaran plastik yang berwarna transparan, seperti kaca, dan biasa digunakan sebagai komponen suatu bangunan atau sebagai alat untuk pembuatan produk-produk tertentu. Bahan yang digunakan oleh pengrajin berasal dari botol bekas air mineral dan bahan-bahan akrilik lainnya. Akrilik ini adalah bahan bertekstur keras dan terbuat dari homopolimer termoplastik, sehingga cocok untuk kerajinan tas, dompet, ornamen dan lainnya. Dan memiliki sifat yang khas atau biasa disebut dengan plexiglass. (Pinhome.id, 2022).

Dalam rangka menindaklanjuti permasalahan di Kampung Akrilik, tim kami ingin membantu mempromosikan produk ini dengan Video Profil. Usaha ini sejalan dengan instruksi Bapak Walikota Padang (Nota Paparan Walikota Padang, 2021) yang menyatakan belum adanya ketersediaan Video Profil bagi kampung ini.

Memperkenalkan dan meningkatkan kegiatan usaha diperlukan strategi promosi sebagai strategi bertahan di masa dan setelah pandemi Covid-19, antara lain menggunakan iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat dengan konsep bauran promosi. Pembuatan video kegiatan dan poster dinilai sebagai sarana sosialisasi dan edukasi yang tepat dalam berpromosi (Fajrin, 2021, Firdaus, 2021, Sya'dian dan Purba, 2021). Media promosi tersebut perlu diiringi dengan pembentukan skala kampung sebagai kawasan wisata belanja yang di dalamnya terdiri dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan produk sejenis sehingga dapat memudahkan konsumennya ditunjang dengan penerapan teknologi digital (Mandasari dkk., 2018, Wibowo dan Santoso, 2020).

Promosi melalui media dalam internet menjadi alternatif prioritas untuk meningkatkan volume penjualan (Khairani dkk., 2018; Permana dan Cendana,

2019; Huda dan Prasetyo, 2020; Laksmana dan Setyawan, 2021). Perspektif info grafis dapat pula meningkatkan efektivitas dalam media promosi (Hadi dkk., 2022). Promosi dengan pemasaran langsung, media daring, dan promosi penjual menunjukkan hasil yang signifikan (Pasaribu, 2020). Seiring perkembangan teknologi informasi, marketplace (e-commerce) dinilai sebagai media promosi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memaksimalkan daya beli konsumennya (Azizah dkk., 2019; Sulistiyawati dan Widayani, 2020; Fajrin dkk., 2021). Pembuatan website UMKM dan digital marketing untuk menampilkan katalog dalam pengembangan pemasaran dan promosi dinilai dapat meningkatkan pemahaman mitra dalam memanfaatkan internet sebagai media promosinya.

Adapun tujuan pengabdian ini, adalah menyediakan Video Profil Kampung Akrilik. Video akan dibuat menarik dan video ini akan disasarkan kepada segmen pasar konsumen segala usia. Pengabdian ini sangat penting demi menunjang peningkatan volume sales pengrajin Kampung Akrilik, Gunung Pangilun, Kota Padang. Sehingga kesejahteraan pengrajin akan meningkat dan masyarakat sekitar dapat mendapat manfaatnya. Selain itu dengan pengabdian ini kami ikut menunjang keberhasilan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Padang Tahun masa kerja 2019-2024, khususnya keberhasilan terkait program pembangunan Kampung Tematik.

Ruang lingkup pengabdian ini difokuskan kepada para pengrajin Kampung Akrilik yang bertempat di Gunung Pangilun, Kota Padang. Sedangkan kegiatan pengabdian kami akan fokuskan kepada pembuatan Video Profil.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan kunjungan ke tempat Kampung Akrilik yang bertempat di Gunung Pangilun, Kota Padang. Kegiatan dilakukan dengan bekerja sama dengan pengrajin akrilik. Survei awal yang telah dijalankan telah menentukan bahan-bahan yang paling sesuai untuk Video Profil.

Video atau terkenal dengan nama konten adalah media untuk mempromosikan produk dari Kampung Akrilik secara luas di media sosial dan internet. Perencanaan Video Profil menggabungkan tiga komponen yaitu, suara, gambar dan teks untuk menghasilkan presentasi yang menarik.

Konsep video yang diajukan guna menjangkau masyarakat dengan program media yang efektif yaitu dalam bentuk media informasi audio visual yang bermuatan teks, gambar, dan suara. Perencanaan video ditujukan guna menarik masyarakat yang terjangkau lebih luas dengan menggunakan hasil wawancara yang telah diproses. Dengan dibuatnya perencanaan video diharapkan video mempunyai tujuan untuk dapat mencapai sasaran konsumen yang lebih luas dan tepat (Hanindo.ac.id, 2022, Media.neliti.com, 2022).

Informasi produk yang benar diperlukan selama pelaksanaan. Oleh karena itu, dilakukan metode pengumpulan informasi melalui observasi dan wawancara agar diperoleh data dan informasi yang akurat. Kegiatan dilanjutkan dengan perencanaan

Video Profil dan Pembuatan Video Profil. Penjelasan mengenai Langkah-langkah yang diambil adalah seperti berikut ini.

- a. Observasi
Observasi dilaksanakan dengan cara melakukan kunjungan lapangan di Kampung Akrilik. Hal ini supaya tim bisa mendapatkan gambaran yang relevan.
- b. Wawancara atau temu ramah
Wawancara dengan wakil pengrajin adalah sumber informasi penting dalam mendapatkan data dan fakta lapangan. Peran yang aktif pengrajin akrilik sebagai informan sangat berharga dalam hal ini, karena merupakan akses untuk mendapatkan informasi utama dan tambahan bagi kegiatan selanjutnya.
- c. Perencanaan Video Profil
Perencanaan meliputi kegiatan menentukan lokasi syuting, gambar yang akan dipakai dan format teks yang harus jelas. Hal ini untuk keperluan promosi maupun branding. Alur cerita Video Profil direncanakan pada tahap ini. Komponen harus seimbang. visual, suara, musik, dan teks harus ditambahkan dengan komposisi yang sesuai. Hal ini akan membuat calon pembeli lebih tertarik untuk terus menonton dan membeli produk di kemudian hari. Isi video harus tepat. Hal ini dengan menampilkan konten yang perlu diketahui dan penting. Perencanaan tentang pengambilan video ini sudah didiskusikan dengan wakil pengrajin Ibu Fitriai dan pengambil video (Gambar 4).



Gambar 4. Wakil pengrajin dan pengambil video

- d. Pembuatan Video Profil
Pembuatan Video Profil dilakukan dengan syuting di lapangan. Kegiatan ini melibatkan wawancara dan kegiatan pengrajin serta merekam pemandangan di sekitar lokasi (Gambar 5) serta beberapa produk akrilik. Dalam pembuatannya Video Profil diharapkan menjadi presentasi profil pengrajin, kegiatan, dan produk. Video Profil ini diharapkan menjelaskan usaha

akrilik termasuk produknya secara lisan dan gambar yang ditujukan untuk menaikkan nilai dari sebuah usaha. Termasuk produk serta keunggulan dari usaha Kampung Akrilik dibandingkan pesaingnya. Video Profil ini diproduksi dengan mencerminkan beberapa faktor diambil dari Bauran Pemasaran, yaitu Produk, Promosi, Penempatan, Orang, Proses, dan Bukti Fisik.



Gambar 5. Merekam pemandangan di sekitar lokasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari terlaksananya kegiatan adalah Sebuah Video Profil yang mencerminkan sejarah usaha, aktivitas produksi, dan produk akrilik. Link video <https://www.instagram.com/p/CfdeJNxgCke/> dan <https://www.instagram.com/p/Cfdbk0Ng4Ow/>. Adapun komponen dari Video Profil yang signifikan dapat diuraikan sebagai berikut ini.

Opening remarks yang menarik. Memperhatikan semua komponen yang seharusnya ada dalam opening sebuah video. Paling penting pada bagian 10 detik pertama harus menarik dan memikat calon pembeli (Gambar 6).



Gambar 6. Opening remarks

Menggabungkan audio dalam video sehingga menambah rekaman yang menarik. Keterlibatan audio yang jelas dan menarik untuk dinikmati akan menambah kenikmatan calon pembeli dalam menonton video.

Rekaman wawancara dan kegiatan pengrajin serta merekam produk-produk akrilik telah ditampilkan. Isi video disampaikan dengan gaya bercerita untuk menghasilkan bahan promosi yang memikat dan dapat membawa penonton masuk ke dalam cerita. Produk-produk akrilik dalam video memberi kesan meyakinkan pada penonton (Gambar 7-10).



Gambar 7. Wawancara dengan pengrajin



Gambar 8. Kegiatan produksi Kerajinan akrilik



Gambar 9. Produk-produk akrilik

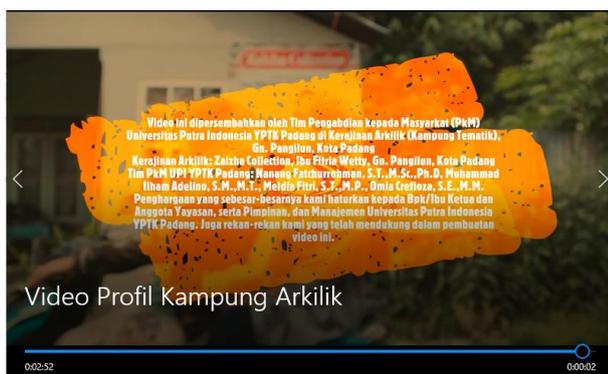


Gambar 10. Produk unggulan akrilik

Closing remarks yang menarik. Rekaman video yang merupakan closing caption dan mengandung nama usaha kerajinan akrilik dan ucapan terima kasih kepada semua pihak-pihak yang terlibat (Gambar 11 dan 12).



Gambar 11. Closing remarks pertama



Gambar 12. Closing remarks kedua

Nilai dari Kampung Arkilik yang dapat dipublikasikan melalui Video Profil setelah observasi dan wawancara. Publikasi dalam bentuk Video Profil dapat meningkatkan product value yang sangat penting bagi Kampung Arkilik. Hal itu dilakukan karena berdasarkan hasil wawancara dengan wakil pengrajin bahwa Kampung Arkilik telah menjadi usaha yang mandiri. Video tersedia dalam format mp4 sehingga bisa digunakan oleh pengrajin arkilik dengan menggugahnya di internet dan media dalam internet yang sesuai seperti Instagram, YouTube, TikTok atau Facebook.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan dengan beberapa poin seperti di bawah ini.

- Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilakukan di Kampung Akrilik terletak di Kecamatan Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat. Kampung ini adalah salah satu kampung tematik yang dicanangkan oleh Bapak Walikota Padang dengan Dinas terkait Sejalan dengan instruksi Bapak Walikota Padang (Nota Paparan Walikota Padang, 2021).
- Hasil wawancara awal terhadap pengrajin mendapatkan bahwa penjualan di Kampung Akrilik kondisinya saat sekarang sedang mengalami penurunan akibat Pandemi Covid-19. Dengan adanya permasalahan ini, diputuskan untuk membantu dari segi promosi dalam bentuk

pembuatan Video Profil bagi usaha Kampung Akrilik.

- Video Profil, dibuat secara profesional dan menarik. Video ini akan didasarkan kepada segmen pasar konsumen semua usia. Konten video disampaikan dengan gaya bercerita menghasilkan video promosi yang memikat.
- Dengan adanya media dalam internet seperti YouTube, TikTok, Instagram dan lain-lain, diharapkan Video Profil ini akan tepat mencapai sasaran. Serta Video Profil ini diharapkan bisa membantu Kampung Akrilik dapat bergeliat lagi dan meningkatkan penjualannya hingga mencapai sales volume seperti sebelum pandemi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian ingin mengucapkan terima kasih kepada Yayasan, Manajemen dan LPPM Universitas Putra Indonesia YPTK Padang yang telah memberikan dana dan fasilitas bagi keterlangsungan pengabdian ini. Pengabdian ini didanai dengan dana dari LPPM, Surat Perjanjian PkM No: 14/UPI-YPTK/LPPM/P/KP/IV/2022.

REFERENSI

- Azizah, N., Mahendra, D., & Lofian, B., 2019 'Pemanfaatan E-Commerce untuk Peningkatan Strategi Promosi dan Penjualan UMKM Tas di Kabupaten Kudus', *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), pp. 96–99. doi: 10.26877/e-dimas.v10i1.3555.
- Fajrin, H. R., Rachmawati, P., & Lagaendo, A. F. (2021) 'Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk UMKM 3D Ngudi Rejeki Di Era Pandemi Covid-19', *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), pp. 2266–2272.
- Firdaus, R. (2021) 'Strategi Bertahan Dan Promosi Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang)', *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), pp. 102–114.
- Hadi, A. P., Nugroho, S. A., & Rudjiono (2022) 'Efektifitas Infografis Dalam Media Promosi UMKM', *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 15(1), pp. 142–151.
- Hanindo.co.id., 2022 post/tampak-berkesan-cari-tahu-cara-membuat-company-profile-dari-media-yang-digunakan-sampai-isinya, diakses tanggal 5/3/2022.
- Huda, M. & Prasetyo, A. (2020) 'Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Pada Umkm Di Kabupaten Kebumen', *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, 8(2), pp. 14–24.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018) 'Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru', *Jurnal Benefita*, 3(2), pp. 239–247. doi: 10.22216/jbe.v3i2.2738.
- Laksmiana, D. S., & Setyawan, A. (2021) 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Media Sosial Sebagai Media Promosi UMKM Era New Normal di Desa Gunungsari, Kecamatan Kasreman, Kabupaten Ngawi', *Buletin Pemberdayaan*

- Masyarakat dan Desa*, 1(1), pp. 20–26. doi: 10.21107/bpmd.v1i1.12016.
- Mandasari, D.J., Widodo, J., & Djaja, S., 2019. Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), pp.123-128.
- Media.neliti.com., 2022 /media/publications/ 299466-perancangan-video-profile-sebagai-media-649609-ea.pdf, diakses pada tanggal 5/3/2022.
- Nota Paparan Walikota Padang, 2021 – Kampung Tematik di Kota Padang, disampaikan tanggal 11/11/2021.
- Pasaribu, R. (2020) ‘Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), pp. 33–44. doi: 10.24167/jkm.v1i1.2848.
- Permana, S. D. H. & Cendana, M. (2019) ‘Pemanfaatan Sosial Media sebagai Strategi Promosi bagi Sustainability Bisnis UMKM’, *ETHOS (Jurnal Tim dan Pengabdian)*, 7(2), pp. 163–169. doi: 10.29313/ethos.v7i2.4382.
- Pinhome.id., 2022 /blog/kerajinan-dari-akrilik, diakses tanggal 5/3/2022.
- Sulistiyawati, E. S. & Widayani, A. (2020) ‘Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar’, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), pp. 133–142. doi: 10.32493/jpkpk.v4i1.7087.
- Sya’dian, T. & Purba, R. (2021) ‘Pembuatan Video Promosi UMKM Rendy Handycraft’, *Jurnal Abdimas Budi Darma*, 2(1), pp. 1–5.
- Wibowo, J. & Santoso, R., 2020. Pembuatan Digital Marketing dan Marketing Channel untuk UKM PJ Collection. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(01), pp.82-91.