



PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI PICTURE DAN VIDEO KINEMASTER PADA ANDROID SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Jamroni

Prodi Kesehatan Masyarakat, STIKes Surya Global Yogyakarta, Jalan Ringroad Selatan km 6.7 Blado
Potorono Banguntapan Bantul Yogyakarta 55186, Indonesia
pakdejamkom@gmail.com

ABSTRAK

Kondisi pandemi yang mengakibatkan adanya physical dan social distancing memengaruhi bentuk proses pemasaran yang terjadi. Dimasa Pandemi Covid-19, konsumen melakukan belanja mengandalkan media online untuk menghindari kontak langsung atau kontak fisik dengan pedagang/penjual. Penggunaan media online sangat membantu penawaran barang dan jasa demi menjaga kondisi badan dari penularan covid-19 yang saat ini menjadi satu hal yang sangat ditakuti oleh masyarakat. Tujuan Kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan edukasi dan juga pelatihan penggunaan aplikasi picture dan video pada android menggunakan KineMaster untuk media promosi sehingga meningkatkan permintaan dan penawaran barang ataupun jasa di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah melalui power point dan pembagian tata cara penggunaan aplikasi dan praktek secara langsung oleh pemateri. Kegiatan ini dilaksanakan di Padukuhan Salam Pathuk Gunung Kidul berjumlah 30 peserta. Keseluruhan kegiatan dilakukan bergilir dan praktek oleh peserta. Antusias dan keseriusan dari para peserta membuat pelatihan ini berjalan dengan lancar dan sukses. Praktek dan penggunaan aplikasi dilakukan secara langsung sehingga peserta mampu mengaplikasikan dan menggunakan aplikasinya untuk media promosi secara online.

Kata kunci: aplikasi kinemaster; covid-19; ekonomi; media promosi

TRAINING IN THE USE OF THE APPLICATION PICTURE AND VIDEO KINEMASTER ON ANDROID AS A MEDIA CAMPAIGN

ABSTRACT

The conditions of the pandemic that resulted in the physical and social distancing affect the shape of the marketing process what happened. In the Pandemic Covid-19, consumers do shopping rely on online media to avoid direct contact or physical contact with the merchant/seller. The use of online media is very helpful offers of goods and services for the sake of keeping the body condition of transmission of covid-19 that is currently the one thing that is very feared by the community. The purpose of this service Activity is to provide education and also training in the use of the application picture and video on android using KineMaster for media promotion so that increase the demand and the supply of goods or services in Yogyakarta. The method used in this activity is through the power point and the division of the ordinances of the use of the application and practice directly by the speaker. This activity is carried out in Hamlets Greetings Yogyakarta Gunung Kidul were 30 participants. The overall activities carried out rotating and practice by participants. Enthusiastic and seriousness of the participants make the training is running smoothly and successful. The practice and use of the application is done directly so that participants are able to apply and use the application for media promotion online.

Keywords: covid-19; economic; kinemaster application; promotion media

PENDAHULUAN

Kondisi pandemi yang mengakibatkan adanya physical dan social distancing memengaruhi bentuk proses pemasaran yang terjadi. Dimasa Pandemi Covid-19, konsumen melakukan belanja mengandalkan media online untuk menghindari kontak langsung atau kontak fisik dengan pedagang/penjual. Hal ini menginspirasi pelaku UKM untuk melakukan adaptasi, menyesuaikan perubahan budaya belanja mulai dari komunikasi, distribusi dan pembelian produk pemasaran. Pelaku UKM perlu memerhatikan dengan baik bagaimana mereka melakukan komunikasi pemasaran terutama dalam penggunaan media pemasaran yang tepat agar konsumen tetap pada standar protokol kesehatan yang telah ditetapkan. Perubahan komunikasi pemasaran dari konvensional ke digital, melatarbelakangi perkembangan internet yang mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan muncul istilah telepon cerdas (smartphone) dengan berbagai berbagai fasilitas yang beraneka ragam, mulai dari Email, Browsing, serta fasilitas sosial media lainnya. Pemerintah terus mendorong pemanfaatan teknologi digital ini untuk meningkatkan produktivitas dan nilai tambah UKM (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2020).

Para pelaku UMKM sebanyak 59,2 juta, 8 persen (3,79 juta) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya dengan berselancar di dunia maya, hal ini diharapkan dapat mempercepat transformasi UKM di Indonesia menuju digital (Wuragil, 2017). Pemilihan media komunikasi pemasaran dilandaskan pada jenis produk yang akan dipasarkan, target sasaran, waktu pengiriman pesan dan biaya promosi. Diperlukan pertimbangan dalam memilih media komunikasi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, para pelaku UKM harus mempertimbangkan dengan baik pemilihan media yang tepat dalam mempromosikan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat (Rotumiar Pasaribu, 2020). Dengan berbagai fitur dalam melakukan promosi melalui media sosial yang bersifat statis dan dinamis yang memudahkan pelaku UKM mempromosikan berbagai produk dan kegiatan dalam bentuk aktifitas (Tito Siswanto, 2013).

Pandemi covid 19 yang melanda dunia termasuk bidang perdagangan mengakibatkan masyarakat yang berkecimpung di dunia perdagangan menjadi korban karena pembatasan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Memasuki era new normal masyarakat dituntut untuk mempunyai kreatifitas yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempromosikan sektor usaha. Pemanfaatan teknologi informasi sangat diperlukan agar promosi barang ataupun jasa tetap berjalan dengan baik dan bisa memberikan informasi terbaik buat konsumen. Pemanfaatan aplikasi berbasis android dapat digunakan untuk mempermudah promosi dan publikasi potensi daerah di suatu wilayah. Apalagi pemanfaatan android saat ini menyebar dengan sangat signifikan mulai dari kalangan remaja sampai orang dewasa. Aplikasi foto dan video adalah salah satu dari sekian aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk membuat promosi barang atau jasa dalam bentuk video, animasi dan gambar yang dapat disajikan dalam bentuk poster, flyer, video animasi serta teks berjalan yang bisa mempermudah promosi barang ataupun jasa. Beberapa lokasi di Provinsi Yogyakarta mengalami dampak akibat pandemi covid 19. Salah satu yang terkena

dampak yaitu perputaran ekonomi masyarakatnya. Tujuan Kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan edukasi dan juga pelatihan penggunaan aplikasi picture dan video pada android menggunakan KineMaster untuk media promosi sehingga meningkatkan permintaan dan penawaran barang ataupun jasa di Yogyakarta.

METODE

Metode kegiatan menggunakan beberapa tahap dalam penyampaian dan secara langsung melalui power point dan pembagian tata cara penggunaan aplikasi ke peserta yaitu warga di Pedukuhan Salam berjumlah 30 orang dengan tetap menjaga jarak dan memakai masker. Pelaksanaan kegiatan pada tanggal 13-14 Maret 2021 jam 10.00 WIB sampai dengan selesai. Lokasi kegiatan pengabdian ini di Pedukuhan Salam Pathuk Gunungkidul Yogyakarta. Tahap – tahap pelaksanaan kegiatan antara lain sebagai berikut : 1) Pertama, Tahap Persiapan, pada tahap ini dilakukan pendataan peserta dan observasi lokasi kegiatan. 2) Kedua, Tahap Pelaksanaan, pada tahap ini adalah penjelasan tentang aplikasi, pengoperasian dan cara penggunaannya untuk media promosi. 3) Ketiga, Tahap rencana keberlanjutan program dan evaluasi, pada tahap ini dilakukan praktek penggunaan dan diskusi serta mengevaluasi kegiatan baik sebelum dilakukan sosialisasi maupun setelah dilakukan sosialisasi. Evaluasi yang dilakukan dengan tanya jawab seputaran penggunaan aplikasi sebagai media promosi dari hasil praktek ke sosial media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 2 hari dengan menggunakan aplikasi *Kinemaster*. *KineMaster* adalah editor video yang berfitur lengkap yaitu dapat menambah beberapa video sekaligus, gambar, dan teks, serta bisa memotong klip, menambah beberapa musik, kontrol volume, filter warna, dan lainnya. *KineMaster* ini cocok bagi para profesional sekaligus para amatir, karena memang memiliki fitur yang banyak, dan *storyboard* yang canggih tapi pemakaiannya tetap mudah (Idntimes, 2019). Menghasilkan karya video profesional kini bisa dilakukan oleh siapa saja dan di mana saja, karena sudah ada aplikasi bernama *KineMaster* – sebuah *software* Android dan iOS yang bisa mengedit dan membagikan video yang hadir dengan segudang fitur. *KineMaster* memiliki fitur yang membantu Anda dalam memotong video, menggabungkan gambar dengan video, menambahkan efek bermacam-macam, dan masih banyak lagi (Ananda G, 2020).

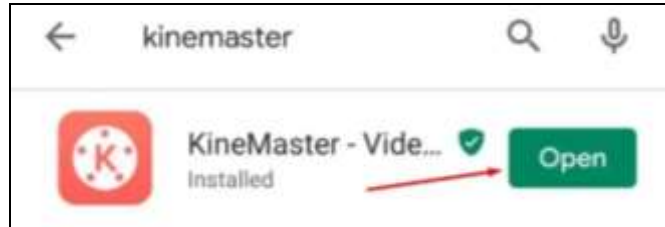
Cara menggunakan Aplikasi *KineMaster*

1. Persiapkan Konsep dan Bahan

Ini merupakan langkah yang cukup krusial, terutama bagi yang membuat video untuk tujuan profesional seperti *promotional video* ataupun iklan. Ada banyak yang harus diperhitungkan saat membuat video, misalnya plot atau cerita yang mengandung pesan tertentu. Ketika konsep sudah matang dan sudah merekam bagian-bagian video yang ingin digabung, maka sudah siap terjun ke aplikasi *KineMaster*. Akan tetapi, kalau hanya membuat video dengan tujuan hiburan dan yang lainnya, tidak perlu terlalu terpaku terhadap konsep. Pengguna tinggal perlu rekam video dengan HP sesuai selera, atau mengumpulkan cuplikan-cuplikan di internet baik berupa gambar, lagu, maupun video.

2. Cari dan Instal Aplikasi KineMaster

Untuk yang pengguna ponsel Android, cari aplikasi di Google Play Store dengan *keyword* "KineMaster". Atau bisa mengklik [link ini](#) agar langsung teralihkan ke laman unduhnya.



Sementara bagi Anda yang menggunakan KineMaster pada iOS, Anda tentu bisa mencari KineMaster pada Apple App Store atau dengan mengklik link ini. Jika aplikasi sudah terinstal, tinggal klik Open untuk membuka aplikasinya.

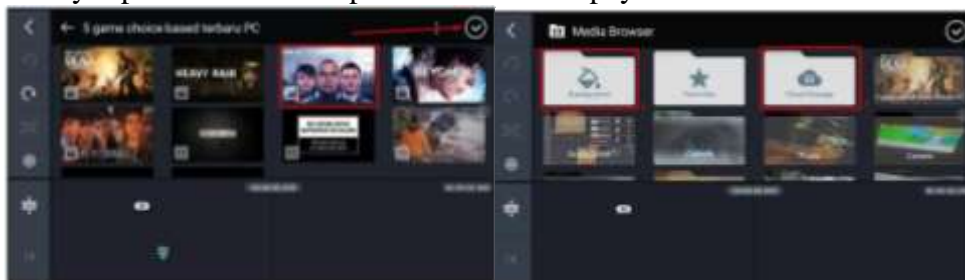
3. Buat Project dan Pilih Aspek Rasio



Langkah selanjutnya, *tap* tombol di tengah untuk membuat proyek baru. Lalu akan disodorkan tiga pilihan *aspect ratio*, yakni 16:9, 9:16, dan 1:1. Umumnya, video memiliki aspek rasio 16:9 untuk diunggah ke *platform* seperti YouTube. Sedangkan jika ingin membuat video untuk *story* Instagram ataupun status WhatsApp, pilihlah yang 9:16. Terakhir, ada rasio 1:1 yang cocok untuk diunggah ke *feed* Instagram.

4. Pilih Media yang Ingin Diedit

Selanjutnya memasukkan bahan-bahan seperti video, gambar, dan lagu. Kami sarankan untuk menyimpan semua bahan pada satu folder supaya lebih mudah ditemukan.



Di bagian Media Browser, folder-folder yang berisikan video dan gambar akan ditampilkan di sini. Kemudian tinggal cari folder yang diinginkan agar bisa memasukkan salah satu bahan ke proyek yang sedang dikerjakan. Pada gambar di atas, folder yang kami pilih bernama "5 game choice-based PC terbaru". Atau, kalau ingin memasukkan latar belakang sebagai intro, tinggal klik folder Background dan pilihlah salah satu latar belakang yang disukai. Jika ingin mengambil media dari Google Drive, *tap* saja pada folder Cloud Storage dan masukkan data akun yang dimiliki.

Setelah memilih salah satu bahan, gambar atau video tersebut akan masuk ke dalam lembar proyek. Anda pun bisa mengulangi proses ini untuk menambahkan media-media lainnya (Ananda G, 2020).

5. Tambahkan Layer Berupa Efek, Teks, dan Sebagainya

Selain bisa menambahkan media, bisa juga menyisipkan *layer* lainnya seperti efek blur, teks, tulisan tangan, *sticker*, dan juga lagu. Tinggal klik saja tombol *layer* dan berbagai pilihan akan muncul seperti foto di atas. Masing-masing jenis *layer* ini bisa dikustomisasi lebih dalam lagi, contohnya seperti yang berikut ini.



Tap pada menu Text lalu ketikkan tulisan yang mau ditambahkan. Setelah itu, tinggal pilih OK dan tulisan pun akan dimasukkan ke lembar proyek. Mengubah jenis font agar sesuai dengan *tone* dari video yang dibuat. Selain itu, Anda pun bisa menyetel tulisan agar memiliki animasi. Format-format lainnya pun turut hadir seperti *alignment*, *underline*, *opacity*, dan lain-lain. Selanjutnya tinggal perlu meng-*tap* menu Aa untuk mengubah font. Ada dua pilihan grup yang tersedia yakni Android dan Latin. Pilihlah font yang sesuai kemudian *tap* pada tombol ceklis di pojok kanan atas. Jika ingin menyetel animasi masuk atau keluar pada teks, tinggal pilih *In Animation* atau *Out Animation*. Kemudian pilih salah satu animasi, atur kecepatan animasi pada *slider* di bawahnya. Kalau ingin lebih cepat, geser ke 0.5 sedangkan kalau ingin lebih lambat geser ke 1.5. Terakhir, *tap* simbol ceklis di pojok kanan atas. Pengelola juga bisa melakukan berbagai macam kustomisasi lainnya seperti *opacity*, *blending*, menambahkan *background color*, dan masih banyak lagi (Ananda G, 2020).



SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian ini menggunakan Aplikasi KineMaster dan cara menggunakannya. Penggunaannya sangat mudah selain karena antarmukanya yang sangat ramah pengguna bisa menggunakan KineMaster di manapun baik secara *offline* maupun *online*. Semua fitur-fiturnya pun sangat lengkap dan relevan dengan kebutuhan konten zaman sekarang, sehingga para peserta kegiatan ini bisa memulai peruntungan sebagai YouTuber pun tak usah khawatir soal kurangnya kemampuan mengedit. Antusias warga yang mengikuti kegiatan pengabdian ini mengakui bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdri mengucapkan terimakasih kepada STIKes Surya Global Yogyakarta selaku penyokong dana hibah internal Tridharma Perguruan Tinggi. Pengabdri melakukan kegiatan ini bekerjasama dengan perangkat RT selaku responden pada kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda G. (2020). *Cara Menggunakan Aplikasi KineMaster untuk Membuat Video*. <https://carisinyal.com/cara-menggunakan-kinemaster/>.
- Heukelbach J, dkk. (2013). A longitudinal study on cutaneous larva migrans in an impoverished Brazilian township. *Travel Med Infect Dis* 2013; 1: 213.
- Idntimes. (2019). *6 Aplikasi Editing Video di Android*. <https://eraspace.com/artikel/post/6-aplikasi-editing-video-di-android-yang-bikin-videomu-sekeren-vlogger>.
- Joe, Lie Kian & Tim. (1998). 11. Joe, Lie Kian dan staf pengajar bagian Parasitologi FKUI. Parasitologi Kedokteran, edisi ketiga. *balai penerbit FKUI Jakarta*. Hal 7-34.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2020). *Tingkatkan Produktivitas dan Nilai Tambah UMKM melalui Teknologi Digital*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30276/tingkatkan-produktivitas-dan-nilai-tambah-umkm-melalui-teknologi-digital/0/berita>.
- Nur Febriani, W. (2011). Prevalensi Infeksi Soil Transmitted Helminth Pada Murid Madrasah Ibtidaiyah Islamiyah di Desa Simbang Wetan Kecamatan Buaran Kota Pekalongan.
- Rotumiar Pasaribu. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. <http://journal.unika.ac.id/index.php/jkm/article/view/2848> Vol 1 No 1, <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848>.
- Tito Siswanto. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Vol 2 No 1*, <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>.
- WHO. (2012). Soil Transmitted Helminthiasis : Eliminating Soil Transmitted Helminths as a Public Health Problem in Children : Progress Report 2001-2010 and Strategic Plan 2011-2020. *Publications of the WHO are available on WHO*. 1211. Geneva. 27., 1-11.
- WHO. (2013). Weekly Epidemiology Record. *WHO 2013* : p.86:257-268.
- Wuragil. (2017). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171115161037-78-255819/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online>.