



Pemanfaatan Aplikasi Capcut untuk Pembuatan dan Editing Video Sebagai Media Promosi Digital Agen Perjalanan Ibadah Haji dan Umroh Teras Hanania 038 Bekasi

Dyan Yuliana

Manajemen Informatika, Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

Email: dyanyuliana@gmail.com

Alamat kampus : Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9Jakarta Pusat 10450;Telp.021-31904598Fax.021-31904599

Abstract:*The utilization of the CapCut application is widely adopted by Hajj and Umrah travel agents for the creation and editing of various types of promotional videos, owing to its comprehensive functions and powerful video processing capabilities. This research is titled “Utilization of the CapCut Application for Video Creation and Editing of Digital Promotional Media for Hajj and Umrah Travel Agent Teras Hanania 038 Bekasi.” Conventionally, business owners in the Hajj and Umrah travel sector have only marketed their package products through traditional methods, utilizing printed brochures or pamphlets distributed manually. The reach of this conventional marketing type is unable to widely penetrate the target market. The objective of this research is to explore the utilization of the CapCut application by outlining the workflow for video creation and editing using the application. This process aims to produce creative videos that are attractive and dynamic, capable of sharing complete information through a brief narrative. This digital promotional media is intended to assist Teras Hanania 038 Bekasi in introducing and marketing its Hajj and Umrah packages to prospective pilgrims worldwide, thereby reaching a significantly broader target market. The research methods employed are Library Research and Field Research.*

Keywords: Creative video, Editing, CapCut.

Abstrak:Pemanfaatan aplikasi Capcut banyak digunakan oleh para Pelaku usaha agen perjalanan umroh untuk memudahkan dalam pembuatan dan pengeditan berbagai jenis video promosi, karena kelengkapan fungsi dan kekuatan pemrosesan video yang hebat. Dengan judul “Pemanfaatan Aplikasi Capcut Untuk Pembuatan Dan Editing Video sebagai Media Promosi Digital Agen Perjalanan Ibadah Haji Dan Umroh Teras Hanania 038 Bekasi”. Selama ini pelaku usaha di agen perjalanan ibadah haji dan umroh pada khususnya hanya memasarkan produk pakatnya mereka secara konvensional, memanfaatkan cetak brosur – brosur atau pamflet yang di sebar secara manual, jangkauan dari pemasaran jenis konvensional ini tidak dapat menjangkau target pasar dengan luas. Tujuan dari penelitian ini adalah pemanfaatan aplikasi CapCut, dengan menguraikan alur pembuatan dan pengeditan video dengan aplikasi tersebut untuk menghasilkan video kreatif yang menarik dan dinamis serta dapat berbagi informasi yang lengkap dengan cerita yang singkat, yang dapat membantu Teras Hanania 038 Bekasi guna memperkenalkan dan memasarkan produk paket – paket ibadah haji dan umroh yang dimilikinya kepada calon jamaah di seluruh dunia, dimana dengan menggunakan media promosi digital akan banyak menjangkau target pasar yang jauh lebih luas. Metode penelitian yang digunakan adalah Library Research (Studi Kepustakaan) dan Field Research (Studi Lapangan).

Kata Kunci : Video kreatif, Editing, Capcut

1. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran (marketing strategy) merupakan elemen penting dalam keberhasilan suatu usaha, karena berfungsi sebagai pedoman dalam mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks industri jasa perjalanan ibadah haji dan umrah, persaingan antar biro semakin ketat, terutama di era digital yang menuntut kreativitas dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi (Aman & Yulfajar,

2021). Salah satu biro yang menghadapi tantangan serupa adalah Teras Hanania 038 Bekasi, yang berupaya meningkatkan efektivitas strategi pemasarannya melalui media digital.

Media sosial kini menjadi salah satu platform utama dalam membangun citra merek, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan penjualan (Wijoyo et al., 2020). Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah terbukti efektif dalam mendukung kegiatan promosi digital karena mampu menjangkau audiens secara luas dan interaktif (Elan, Sumardi, & Juandi, 2022). Dalam konteks ini, video digital memiliki peran sentral dalam menarik perhatian calon konsumen melalui visualisasi yang menarik, pesan yang emosional, serta konten yang informatif (Fitri & Wahyuningsih, 2023).

Sayangnya, tidak semua pelaku usaha memiliki keterampilan dalam membuat dan mengedit video promosi yang berkualitas. Hal ini juga dialami oleh staf pemasaran di Teras Hanania 038 Bekasi yang masih terbatas kemampuannya dalam pembuatan konten video, dan selama ini hanya mengandalkan brosur sederhana sebagai media promosi. Padahal, penggunaan video kreatif terbukti dapat meningkatkan kepercayaan dan minat calon jamaah terhadap layanan biro perjalanan haji dan umrah (Imtihanah & Cahyono, 2021).

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memanfaatkan aplikasi CapCut, yaitu perangkat lunak pengedit video yang mudah digunakan dan memiliki fitur lengkap seperti efek visual, teks, transisi, serta musik latar (Setiawan, 2022). CapCut memberikan peluang bagi pengguna untuk membuat konten video profesional tanpa memerlukan keahlian teknis tinggi (Rika Syahmewah, 2023). Penggunaan CapCut dalam dunia pendidikan dan bisnis telah terbukti meningkatkan kreativitas dan efektivitas penyampaian pesan (Elan et al., 2022; Fitri & Wahyuningsih, 2023).

Selain itu, penelitian Wahyuni, Surani, dan Hidayat (2024) menunjukkan bahwa penggunaan CapCut dalam pengembangan video pembelajaran interaktif dapat meningkatkan minat dan pemahaman pengguna. Prinsip yang sama dapat diterapkan dalam konteks pemasaran digital, di mana video yang menarik mampu meningkatkan engagement audiens serta memperkuat hubungan antara merek dan konsumen (Suwandy & Marpaung, 2022).

Digitalisasi telah mengubah paradigma promosi dari konvensional menjadi berbasis content marketing, di mana kualitas dan kreativitas konten menjadi faktor utama keberhasilan strategi pemasaran (Wijoyo et al., 2020; Mahmudah & Rachman, 2022). Dalam konteks biro perjalanan, konten video dapat menampilkan keindahan destinasi, fasilitas, serta pengalaman ibadah dengan lebih autentik dan emosional dibandingkan media statis seperti brosur (Rahman & Siregar, 2022).

Media sosial memberikan peluang bagi biro perjalanan seperti Teras Hanania 038 Bekasi untuk memperluas jangkauan pasar secara global. Melalui video yang kreatif, promosi tidak hanya terbatas pada lingkup lokal, tetapi dapat diakses oleh calon jamaah dari berbagai daerah bahkan mancanegara (Fatmawati, 2022). Oleh karena itu, kemampuan dalam memproduksi video promosi digital menjadi kompetensi yang sangat penting dalam mendukung strategi pemasaran modern (Nugroho, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi CapCut sebagai alat bantu dalam pembuatan dan pengeditan video memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas strategi promosi digital di Teras Hanania 038 Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan aplikasi CapCut dalam pembuatan dan pengeditan video sebagai media promosi digital, serta menilai sejauh mana kontribusinya terhadap peningkatan daya tarik dan jangkauan pemasaran biro perjalanan ibadah haji dan umrah.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Library Research (Studi Kepustakaan) dan Field Research (Studi Lapangan). Penggunaan kedua metode ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang kuat, tervalidasi secara teoretis, dan relevan secara empiris (kesesuaian antara fenomena nyata dan bukti yang diamati).

1. Library Research (Studi Kepustakaan)

Library Research atau Studi Kepustakaan, adalah metode pengumpulan data yang berfokus pada sumber-sumber tertulis yang sudah ada. Tujuannya adalah membangun kerangka teoretis yang kuat dan meninjau penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Dalam praktiknya, penulis melakukan pengkajian mendalam terhadap data sekunder. Data ini diperoleh dari berbagai literatur, seperti buku teks, jurnal ilmiah, laporan penelitian, peraturan perundang-undangan, arsip, dan dokumen-dokumen resmi lainnya.

2. Field Research (Studi Lapangan)

Field Research atau Studi Lapangan, merupakan metode di mana penulis turun langsung ke lokasi penelitian yang sesungguhnya untuk mengumpulkan data primer. Data ini adalah informasi asli yang didapatkan langsung dari Objek yang diteliti dalam kesempatan adalah *owner* Teras Hanania 038 Bekasi, yang belum pernah dipublikasikan atau diolah secara resmi oleh pihak lain.

Pengumpulan data lapangan dilakukan dengan berbagai teknik, seperti:

- **Wawancara (Interview)**
- **Observasi (Pengamatan)**
- **Kuesioner (Angket)**
- **Dokumentasi**

3. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian aplikasi CapCut

CapCut adalah aplikasi editor video *all-in-one* yang dikembangkan oleh ByteDance (perusahaan yang sama dengan TikTok), dikenal dengan nama lain Viamaker. Aplikasi ini tersedia gratis di berbagai *platform* (seluler dan desktop) dan berfokus pada kemudahan penggunaan (*user-friendly*). Ary Setyadi dkk. (2024). CapCut memiliki fitur yang lengkap, seperti: transisi, filter, efek khusus, kemampuan *split* dan *trim*, *color grading*, dan fitur canggih seperti *Chroma Key* dan *Keyframe*. Huizen dkk. (2023). Keunggulan utamanya adalah kemudahan integrasi dengan platform media sosial.

Media Promosi Digital

Media Sosial (*Social Media Marketing*): Pemasaran menggunakan platform media sosial (seperti TikTok, Instagram, YouTube) untuk meningkatkan visibilitas dan mempromosikan produk/layanan. (Chakti, 2022; Siregar, 2022).

Video Promosi: Video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu secara detail, seringkali dengan durasi singkat (Permana, 2012). Konten video pendek yang menarik adalah salah satu jenis konten yang paling diminati dalam pemasaran digital saat ini.

Agen Perjalanan Ibadah Haji dan Umroh

Agen Perjalanan Haji dan Umroh: Merupakan biro perjalanan yang secara khusus menangani penyelenggaraan haji dan umroh, di mana layanan yang diberikan termasuk hotel, katering, hingga keramahmatan karyawan (*Hospitality*). (Jurnal Manajemen Haji dan Umrah - MULTAZAM, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teras Hanania 038 merupakan agen perjalanan ibadah haji dan umroh Sebelumnya, promosi produk paket – paket haji dan umroh serta pengenalan kantor Teras Hanania 038 hanya

mengandalkan foto statis dengan minim sentuhan visual, terutama melalui platform Instagram dan WhatsApp Status. Berdasarkan wawancara awal, owner Teras Hanania 038 Bekasi menyatakan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kualitas konten promosi agar terlihat lebih dinamis dan profesional, namun terkendala oleh kurangnya ketersediaan sumber daya (*skill* dan *budget*), sehingga CapCut dipilih sebagai solusi yang *user-friendly* dan gratis.

Pada penelitian ini, penulis berusaha untuk membuat dan mengeditkan video dengan memanfaatkan aplikasi CapCut untuk menghasilkan video yang kreatif, menarik dan sarat akan informasi guna meningkatkan jangkauan yang lebih luas dalam pemasaran produk usaha perjalanan ibadah haji dan umroh

Berikut tabel tahapan alur kerja dalam pembuatan dan pengeditan video promosi produk dan pengenalan kantor Teras Hanania 038 Bekasi kepada para calon jamaah dimanapun mereka berada:

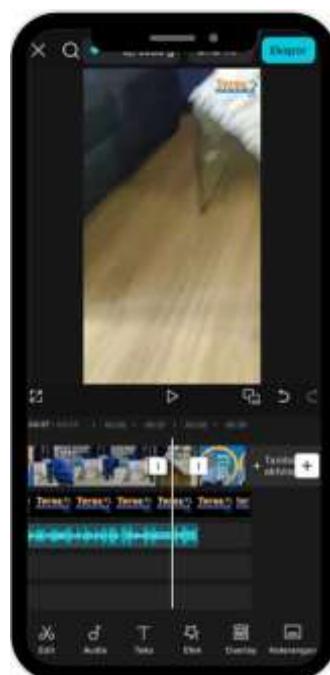
Tabel 1 tahapan alur kerja

No.	TAHAPAN ALUR KERJA	TEKNIK UTAMA PADA APLIKASI CAPCUT	TUJUAN ATAU FOKUS Pengerjaan
I	PERSIAPAN & KONSEP	(Di Luar Aplikasi) Tentukan <i>Storytelling</i> (Perjalanan Spiritual/Fasilitas), Kumpulkan <i>Footage</i> (rekaman video mentah yang belum di edit) Berkualitas Tinggi.	Memastikan konten relevan dan menyentuh emosi calon jamaah sehingga berkeinginan untuk datang ke kantor teras hanania
II	EDITING DASAR	Split & Trim: Memotong klip, pada tahap ini bisa menghapus bagian yang tidak di perlukan Rearrange: susun urutan video sesuai cerita. Rasio Aspek: sesuai platform (YouTube, TikTok, Instagram, dll).	Membuang bagian yang tidak penting dan menciptakan durasi yang cepat dan padat, maks. 60 detik.
III	PENGATURAN WAKTU & RITME	Speed (Kecepatan): Gunakan Kurva (Curve) untuk efek <i>slow motion</i> pada bagian yang perlu di ingat calon jamaah atau <i>speed up</i> pada transisi lokasi.	Menambah dinamika dan drama pada momen-momen tertentu (menarik perhatian).
IV	VISUAL & EFEK	Transitions: Tambahkan transisi yang halus (<i>smooth</i>) antar klip. Color Grading: Sesuaikan filter, kecerahan, dan saturasi agar video terlihat profesional.	Menjaga alur visual tetap berjalan sesuai alurnya dan meningkatkan kualitas estetika video.

V	TEKS & INFORMASI	<p>Teks: Soroti poin kunci (Alamat kantor Teras Hanania 038, kontak yang dapat dihubungi untuk info detail) menggunakan Animasi Teks.</p> <p>Auto Caption: Gunakan untuk membuat <i>subtitle</i> narasi otomatis.</p>	Menyampaikan informasi kantor teras hanania 038 bekasi dan juga paket umroh secara jelas dan cepat, bahkan saat penonton menonton tanpa suara.
VI	AUDIO	<p>Musik Latar: Pilih musik Islami yang menenangkan.</p> <p>Volume Control: Musik latar harus lebih kecil dari pada volume narasi, agar narasi terdengar jelas</p>	Membangun suasana kepercayaan dengan dapat melihat jelas kantor hanania 038 bekasi dan memastikan pesan verbal tersampaikan.
VII	FINALISASI	<p>Keyframe (Opsional): Digunakan untuk animasi logo/teks bergerak.</p> <p>Ekspor: Pilih resolusi tinggi (1080p/4K).</p>	Memastikan hasil akhir video tajam, bebas <i>watermark</i> , dan siap diunggah. Baik di Instagram, youtube dan Tiktok.

Berikut potongan gambar proses pembuatan dan pengeditan video untuk Teras Hanania 038 Bekasi, yang telah dibuat oleh penulis. Dalam hal ini penulis membuat video interaktif untuk memperkenalkan kantor (lokasi, fasilitas, *Souvenir/merchandise*) Teras Hanania 038 Bekasi:

1. Trims: Memotong bagian awal dan akhir klip untuk merapikan dan mengatur durasi video sesuai kebutuhan.



2. Cut (Potongan) Mengganti satu shot ke shot berikutnya, seperti perpindahan dari long shot ke close-up



3. Transisi digunakan untuk menghubungkan dua klip video. Beberapa transisi umum yang dapat digunakan salah satunya adalah Cross-fade/Cross-dissolve: Transisi yang membuat satu gambar perlahan-lahan menghilang sementara gambar berikutnya perlahan-lahan muncul.



4. Speed Ramping: Mengubah kecepatan video secara dinamis, misalnya mempercepat atau memperlambat beberapa bagian untuk efek dramatis atau komedi.



5. Color Grading: Menyesuaikan warna dan kontras video untuk menciptakan suasana atau mood tertentu, serta memperbaiki kualitas visual.



5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan pembahasan mengenai pemanfaatan aplikasi CapCut untuk pembuatan video sebagai media promosi digital pada Teras Hanania 038, dapat ditarik kesimpulan. Bahwa Aplikasi CapCut menjadi solusi yang sangat efektif dan efisien untuk meningkatkan kualitas konten pengenalan dan promosi Teras Hanania 038. Fitur-fitur yang mudah diakses (seperti *template*, *text animation*, dan *color grading*) memungkinkan Mitra menghasilkan video *cinematic* beresolusi tinggi yang setara dengan konten profesional tanpa memerlukan keahlian *editing* yang rumit atau biaya investasi *software* berbayar. Video promosi yang dihasilkan melalui CapCut berhasil mengubah *image* Teras Hanania 038 dari konten foto statis menjadi konten video dinamis yang menarik. Penelitian pemanfaatan aplikasi CapCut berhasil meningkatkan literasi digital dan motivasi Mitra. Pemilik Teras Hanania 038 tidak lagi memandang proses *editing* sebagai hambatan teknis yang sulit, melainkan sebagai alat yang mudah digunakan untuk memproduksi konten promosi secara mandiri dan berkelanjutan.

Saran untuk Teras Hanania 038 Bekasi

1. Menyarankan agar Teras Hanania 038 Bekasi mempertahankan konsistensi dalam membuat dan mengunggah (*Upload*) video promosi secara berkala (minimal 2-4 kali seminggu) untuk menjaga *interaksi* calon jamaah di media sosial dan memaksimalkan algoritma platform.
2. Teras Hanania 038 Bekasi wajib untuk terus mengeksplorasi dan memanfaatkan fitur-fitur baru CapCut, terutama penggunaan *Template Trending* dan *Musik Viral* yang terintegrasi dengan *TikTok/Reels*, agar konten Teras Hanania 038 selalu relevan dengan keinginan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aman, S., & Yulfajar, A. (2021). *Implementasi Etika Bisnis dalam Pelayanan Biro Umroh dan Haji (Studi Kasus pada PT. Safari Global Perkasa)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 211–220.
- Elan, E., Sumardi, S., & Juandi, A. S. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi CapCut sebagai Media Pembelajaran terhadap Hasil Belajar Siswa*. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2(2), 1340–1350.

- Fitri, F., & Wahyuningsih, R. (2023). *Pengembangan Media Video Animasi Kegiatan Belajar PAI dan Budi Pekerti dengan Menggunakan CapCut Siswa SD Negeri Sepat 4*. *Dinamika*, 8(2), 1–12.
- Imtihanah, A. N., & Cahyono, K. (2021). *Strategi Pemasaran Biro Umroh dan Haji pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. DataReportal.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lubis, H., & Rahman, F. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Layanan Haji dan Umroh di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 45–58.
- Ningsih, D., & Sari, A. (2023). *Pemanfaatan Aplikasi Editing Video untuk Promosi Digital UMKM Kuliner di Medan*. *Jurnal Inovasi Digital*, 5(1), 66–74.
- Prasetyo, R. A., & Hadi, W. (2021). *Peran Konten Video dalam Meningkatkan Engagement di Media Sosial*. *Jurnal Media dan Teknologi Komunikasi*, 3(2), 101–110.
- Rahmawati, N., & Putra, I. (2022). *Analisis Efektivitas Video Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness di Era Digital*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(3), 120–132.
- Rika Syahmewah. (2023). *Pengaruh Penggunaan Template pada Aplikasi CapCut yang Memudahkan Mahasiswa untuk Mengedit Video sebagai Media Pembelajaran*. *Journal of Physics and Science Learning*, 7(1).
- Saputro, A. D. (2024). *Transformasi Digital dalam Pemasaran Pariwisata Religi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 77–89.
- Setiawan, A. (2022, Maret 31). *Aplikasi CapCut, Aplikasi Edit Video yang Populer dan Canggih*. Viva.co.id.
- Suwandy, R., & Marpaung, S. H. (2022). *Pelatihan Pembuatan Video Produk untuk UMKM dengan Menggunakan Aplikasi seperti CapCut*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 112–120.
- Wahyuni, I. E., Surani, D., & Hidayat, A. (2024). *Pengembangan Video Pembelajaran Interaktif Berbasis Aplikasi CapCut pada Mata Pelajaran Informatika di Kelas VIII*. *Digital Transformation Technology (Digitech)*, 4(2).
- Wijoyo, H., et al. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri.
- Yuliana, D., & Arifin, M. (2022). *Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing UMKM di Era 5.0*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 33–42.