Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat
Volume. 2, No 3 Juli 2024
e-ISSN : 3031-8734;, p-ISSN : 3031-8718;, Hal. 108-116
DOI: https://doi.org/10.59841/bumi.v2i3.308
Available Online at: https://journal.arteii.or.id/index.php/bumi

Peningkatan Keterampilan Remaja Karang Taruna Dalam Digital Personal Branding Melalui Pelatihan Videografi di Kelurahan Bendo Kota Blitar

Improving the Skills of Karang Taruna Youth in Digital Personal Branding Through Videography Training in Bendo Village, Blitar City

Roziana Febrianita[1*], Chrystia Aji Putra[2], Latif Ahmad Fauzan[3]
[1-3]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur,Indonesia
Korespondensi Penulis : roziana.ilkom@upnjatim.ac.id[*]

Article History:
Received: Juni 16, 2024;
Revised: Juni 30, 2024;
Accepted: Juli 17, 2024;
Published: Juli 31, 2024;

Keywords: *Karang Taruna, Personal Branding, Training, Videography*

Abstract. *Karang Taruna is one of the organizations in society that focuses on the social sector in society. Bendo Village, Blitar City is one of the areas that has the potential to develop the potential of young communities. Bendo Village already has a youth community, namely Karang Taruna. However, Karang Taruna in Bendo Village is experiencing challenges that could hamper its development. This challenge is the lack of ability to carry out organizational marketing or personal branding via social media. So, to overcome this, videography-based personal branding training was carried out with the aim of providing new understanding and skills to the Bendo Village Youth Organization. The implementation method in community service consists of preparation, provision, implementation of training, and monitoring evaluation. The personal branding training carried out can attract positive responses from Karang Taruna members. So, with this positive response, it is hoped that in future activities, the Bendo Village Youth Organization can further develop and improve its ability to carry out personal branding based on videography on social media.*

Abstrak

Karang Taruna menjadi salah satu organisasi di masyarakat yang terfokuskan kepada bidang sosial di masyarakat. Desa Bendo, Kota Blitar menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi dalam pengembangan potensi komuntas muda. Desa Bendo telah memiliki komunitas pemuda-pemudi yaitu Karang Taruna. Namun, Karang Taruna di Desa Bendo mengalami tantangan yang dapat menghambat pengembangannya. Tantangan tersebut yaitu masih kurangnya kemampuan dalam melakukan pemasaran organisasi atau *personal branding* melalui media sosial. Sehingga untuk mengatasi tersebut maka dilakukan pelatihan *personal branding* berbasis videografi dengan tujuan agar dapat memberikan pemahaman dan keterampilan baru kepada Karang Taruna Desa Bendo. Metode pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat ini terdiri dari persiapan, pembekalan, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi monitrong. Pelatihan *personal branding* yang dilaksanakan dapat menarik respon yang positif dari anggota Karang Taruna. Sehingga dengan adanya respon yang positif tersebut diharapkan pada kegiatan selanjutnya Karang Taruna Desa Bendo dapat lebih mengembangakan dan meningkatkan kemampuan dalam melakukan *personal branding* dengan berbasis videografi di media sosial.

Kata Kunci : Karang Taruna,Pelatihan,Personal Branding,Videografi

1. PENDAHULUAN

Karang Taruna merupakan salah satu organisasi yang berfokus kepada bidang sosial kepemudaan yang ada di setiap Desa atau Kelurahan. Organisasi Karang Taruna biasanya memiliki tujuan pada pengembangan kesejahteraan sosial, usaha ekonomi produktif, olahraga dan kesenian (Safitri & Arkansyah, 2022). Karang Taruna sebagai salah organisasi yang berada pada bidang sosial memiliki peranan yang begitu penting dalam masyarakat. Karang Taruna diharuskan memiliki sebuah strategi komunikasi yang baik agar dapat menciptakan citra yang

baik sehingga dapat menarik perhatian publik, memperluas jangkauan pesan mereka, dan memperkuat hubungan dengan audiens yang lebih luas. Dengan adanya Karang Taruna tersebut maka dapat melibatkan secara aktif warga negara terutama pemuda dalam partisipasinya di kegiatan masyarakat (Wadu et al., 2019).

Kurangnya kemampuan organisasi dalam melakukan promosi dapat menjadi penghambat dalam pengembangan sebuah organisasi. Terutama pada era digitalisasi saat ini media sosial sudah menjadi platform yang sangat efektif dalam membangun promosi atau citra organisasi atau yang biasa juga disebut dengan *personal branding*. *Personal branding* merupakan salah satu strategi dalam proses menciptakan dan mempromosikan citra atau identitas pribadi yang unik dan konsisten (Srihasnita Rc & Setiawan, 2018). *Personal branding* sering disebut sebagai pengembangan karakteristik pribadi yang dibentuk melalui citra diri (Syah & Nirmalasari, 2023). Meskipun demikian, terdapat perbedaan antara *personal branding* dan pencitraan. *Personal branding* lebih berfokus kepada value atau nilai dari kegiatan branding itu sendiri (Kanda, 2021).

Dengan adanya *personal branding* maka dapat menjadi salah satu cara sebagai peningkatakan nilai jual pada seseorang (Yusanda et al., 2021) Pada pengembangan *personal branding* seorang individu harus memiliki fokus dalam menjalankan suatu keterampilan utama yang menjadi keunikan sehingga dapat membawa daya tarik bagi khalayak (Putri & Azeharie, 2021). *Personal branding* menjadi salah satu aspek yang dapat mendukung proses eksistensi diri, individu maupun organisasi yang dapat membangun dan memperkuat kesadaran akan keberadaan dan dampak yang mereka lakukan dalam aspek digital dan dalam masyarakat secara keseluruhan.

Kelurahan Bendo merupakan salah satu daerah yang terletak di Kota Blitar. Kelurahan Bendo memiliki Karang Taruna yang cukup aktif dalam hal berkegiatan dan pengembangan potensi pada organisasi tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Karang Taruna Kelurahan Bendo seperti dalam kegiatan sosial, budaya, keagamaan, dan kegiatan kemasyarakatan lainnya. Meskipun demikian, Karang Taruna Kelurahan Bendo juga mengalami beberapa permasalahan dalam melakukan pengembangan potensi dalam organisasi tersebut.

Tantangan yang menjadi permasalahan pada Karang Taruna Kelurahan Bendo yaitu masih kurangnya kemampuan mereka dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk promosi mereka. Untuk mengatasi permasahan tersebut maka diperlukan sebuah kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan promosi digital pada Karang Taruna di Kelurahan Bendo. Pelatihan *personal branding* dapat menjadi salah satu langkah terbaik dalam

upaya peningkatan promosi melalui media sosial di Karang Taruna Kelurahan Bendo.

Pelatihan *Personal branding* yang dapat dilakukan di Karang Taruna Kelurahan Bendo tersebut yaitu pelatihan pembuatan konten *personal branding* berbasis videografi di platform media sosial yaitu Instagram dan Tiktok. Pelatihan tersebut dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada anggota Karang Taruna di Kelurahan Bendo dalam memproduksi konten videografi yang efektif untuk *personal branding* di media sosial. Dengan adanya pelatihan tersebut maka diharapkan anggota Karang Taruna di Kelurahan Bendo dapat memahami prinsip-prinsip dasar terkait *personal branding*, teknik produksi video yang baik, serta strategi pemasaran konten di Instagram dan TikTok.

Media sosial yang ada pada saat ini merupakan salah satu bukti dari adanya perkembangan teknologi yang digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi secara jarak jauh yang dapat berupa teks, suara, gambar ataupun video (Sinaga et al., 2022). Hal tersebut didukung oleh berkembangnya teknologi dan informasi di era sekarang dan ditambah dengan kemudahan dalam mengakses internet menjadi salah satu alasan digunakannya media sosial sebagai sarana berkomunikasi (Dzulqarnain & Nazir, 2021). Selain didukung oleh perkembangan internet yang semakin canggih, perkembangan Generasi Z seabagai i-generation juga menjadi alasan penggunaan media sosial. Hal tersebut dikarenakan kecenderungan dari Generasi-Z yang menyukai hal-hal visual secara digital (Prwairakusumah et al., 2024).

Videografi merupakan sebuah media yang digunakan untuk merekam sebuah moment ataupun kegiatan yang disajikan dalam bentuk gambar dan suara yang bisa dijadikan sebagai kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari sesuatu yang pernah terjadi (Suparto & Yuliana, 2023). Peran kreativitas dalam pembuatan konten digital sangatlah diperlukan agar dapat menarik perhatian audiens. Konten digital yang kreatif maka dinilai dapat menyampaikan sebuah pesan dengan caranya sendiri yang unik (Kusumawati & Delliana, 2024).

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat dari (Pamungkas et al., 2022) yang menjelaskan bahwasanya kegiatan pelatihan produksi video kreatif yang dilakukannya dapat meningkatkan skill dan wawasan para peserta dalam hal memproduksi video liputan sebagai konten di kanal Youtube. Sementara itu, berdasarkan hasil pengabdian dari Satria et al (2021) yang melakukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pembuatan video kreatif dengan menggunakan aplikasi Filmora di kampus STAI Hubbulwathan Duri tersebut dapat menambah pengetahuan peserta dan mendapatkan respon yang positif. Kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan edukasi terkait penggunaan aplikasi Filmora

dalam pembuatan video. Selain itu, hasil pengabdian masyarakat dari (Kirana et al (2023) yang menjelaskan bahwasanya salah satu program pembangunan prioritas di Indonesia yaitu sebuah program pelatihan yang dilakukan dengan tujuan agar dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, sikap, serta daya saing SDM pada bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Berdasarkan hal ini bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam program PKM EDU UPN "Veteran" Jawa Timur yaitu pelaksanaan pelatihan *personal branding* berbasis videografi yang ditujukan kepada Karang Taruna Kelurahan Bendo Kota Blitar sebagai upaya dalam mengoptimalisasikan penggunaan media sosial dan videografi dalam produksi konten-konten kegiatan yang menarik yang dapat menarik minat dari warga agar turut serta dalam kegiatan pengembangan masyarakat di Kelurahan Bendo.

2. METODE

Metode dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dari Karang Taruna Kelurahan Bendo dalam memproduksi konten *personal branding* berbasis videografi yaitu sebagai berikut:

a. Persiapan dan Pembekalan

Tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari 3 dosen serta 3 mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur mempersiapkan semua yang diperlukan untuk kegiatan pelatihan. Dosen yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu dosen yang mempunyai kompetensi bidang kajian serta pengalaman pengabdian masyarakat dengan fokus penerapan *branding* dan *rebranding* melalui berbagai aktivitas serta sinergi pemberdayaan masyarakat baik pada ranah anggota komunitas, karang taruna, UMKM, kelompok sadar wisata hingga PKK dan Dasa Wisma. Sementara itu, 3 mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini merupakan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memiliki pengalaman serta konsep yang matang dalam produksi konten berbasis videografi, ketiga mahasiswa tersebut juga merupakan anggota laboratorium fotografi dan *advertising*. Selain itu, mahasiswa yang terlibat juga telah menempuh dan lulus mata kuliah *image & reputation* serta *personal branding* dengan sangat baik, dan kemampuan mahasiswa telah teruji di mata kuliah tersebut.

Pada tahapan ini, tim pengabdian masyarakat telah mendapatkan gambaran sebaran dan tingkat kemampuan produksi konten berbasis videografi serta produksi konten untuk pencitraan diri pada Karang Taruna di Kelurahan Bendo Kota Blitar. kemudian, pada tahapan selanjutnya tim pengabdian masyarakat melaksanakan sosialisasi awal dengan tujuan untuk mengetahui rekomendasi terkait kelancaran dan keefektifan program pelatihan produksi konten *personal branding* berbasis videografi ini.

b. Pelaksanaan

Program pelatihan produksi konten *personal branding* berbasis videografi dilaksanakan di balai desa Kelurahan Bendo. Peserta yang terlibat dalam pelatihan ini yaitu para Karang Taruna di Kelurahan Bendo dan peserta akan dibekali dengan modul produksi konten *personal branding* berbasis videografi. Durasi pelatihan dialokasikan sekitar 3 hingga 4 jam dan sudah termasuk ke dalam sesi tanya jawab serta praktik produksi konten.

c. Evaluasi dan Monitoring

Pada tahapan akhir dalam kegiatan pelatihan ini yaitu diadakannya evaluasi. Pada kegiatan ini tim pengabdian masyarakat serta anggota Karang Taruna akan berdiskusi dan melakukan ulasan terkait hasil praktik pada program pelatihan ini apakah sudah berjalan secara efektif atau bahkan memperlukan suatu pembenahan pada program pelatihan ini. Sementara itu, untuk monitoring maka akan dilakukan secara langsung oleh tim pengabdian masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan produksi konten *personal branding* dengan berbasis videografi untuk pemuda Karang Taruna di Kelurahan Bendo, Kota Blitar ini dilaksanakan sebagai upaya dari peningkatan keterampilan dan kreativitas anggota Karang Taruna dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam melakukan *personal branding*. Pelatihan produksi konten *personal branding* berbasis videografi ini terdiri dari beberapa sesi. Berikut beberapa rangkaian kegiatan dalam kegiatan pelatihan *personal branding* berbasis videografi pada Karang Taruna di Kelurahan Bendo Kota Blitar, diantaranaya sebagai berikut:

1) Pada sesi pertama, kegiatan pelatihan akan lebih berfokus kepada pemahaman konsep *personal branding* dan pentingnya *personal branding* pada sebuah organisasi. Selain itu, juga dilakukan pemahaman terkait bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat dalam membangunan *personal branding* yang efektif.

Gambar 1. Pelatihan Produksi Konten Personal Branding Berbasis Videografi di Karang Taruna Kelurahan Bendo

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2) Pada sesi kedua, kegiatan pelatihan ini akan mulai mengajarkan teknik dasar videografi seperti teknik penggunaan alat dan perangkat lunak yang diperlukan dalam produksi video, serta pemanfaatan inovasi teknologi berupa perangkat keras yang diperlukan dalam produksi video yaitu 3-AXIS Gimbal. Selain itu, peserta juga akan belajar terkait dengan tahapan dalam produksi konten video seperti pengambilan gambar, pencahayaan, pengeditan video, dan teknik-teknik lain yang relevan.

Gambar 2. Penyerahan Perangkat Bantu Untuk Mempermudah Produksi Konten Videografi Karang Taruna Kelurahan Bendo

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.Teknik Pengambilan Video dalam Kegiatan Pelatihan *Personal branding* Berbasis Videogradi

Sumber : Dokumentasi Pribadi

3) Pada sesi ketiga, kegiatan pelatihan ini akan lebih berfokus kepada strategi pemasaran konten di Instagram dan TikTok. Peserta pelatihan akan diajarkan terkait dengan bagaimana pembuatan konten yang menarik dengan menggunakan hashtag yang efektif, dan pemanfaatan fitur-fitur khusus dari kedua platform tersebut untuk meningkatkan visibilitas dalam produksi konten *personal branding*. Pada sesi ini, juga dilakukan pemahaman terkait dengan pentingnya interaksi dengan pengikut di akun media sosial dan bagiamana cara dalam membangun komunitas online yang aktif dan terlibat.

Gambar 4. Diskusi Terkait Penggunaan Perangkat Pembantu Dalam Pembuatan Konten Personal Branding Berbasis Videografi

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Program pelatihan ini lebih menekankan pada praktik serta para peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan diskusi secara langsung mengenai materi dan praktik dalam pembuatan konten videografi yang menarik. Kegiatan pelatihan *personal branding* berbasis videografi yang ditujukan kepada anggota Karang Taruna di Kelurahan Bendo mendapatkan respon yang sangat positif yang ditunjukan dengan antusiasnya peserta selama kegiatan berlangsung. Dengan mengikuti kegiatan pelatihan ini maka diharapkan anggota Karang Taruna di Kelurahan Bendo dapat mengembangkan keterampilan dalam memproduksi dam memasarkan konten videogradi yang efektif.

4. KESIMPULAN

Program pelatihan *personal branding* berbasis videografi untuk Karang Taruna di Kelurahan Bendo dilaksanakan agar dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan kreativitas anggota Karang Taruna dalam pemanfaatan teknologi media sosial sebagai sarana *personal branding*. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan selama 3 sesi yang dimulai dari pemberian pemahaman terkait *personal branding*, teknik-teknik dasar penggunaan alat dan pengambilan gambar, serta pemahaman terkait strategi pemasaran konten di media sosial. Kegiatan pelatihan ini berjalan secara efektif yang dibuktikan dengan antusiasnya peserta dalam program ini. Dengan adanya kegiatan ini, Karang Taruna di Kelurahan Bendo diharapkan dapat lebih meningkatkan kemampuannya dalam mepromosikan kegiatan mereka melalui konten *personal branding* berbasis videografi agar dapat lebih menarik dukungan masyarakat dalam pengembangan masyarakat di Kelurahan Bendo, Kota Blitar.

5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim PKM EDU menyampaikan terima kasih kepada Karang Taruna di Kelurahan Bendo, Kota Blitar yang telah bersedia untuk kerja sama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai pihak pemberi dana pelaksanaan program ini.

6. DAFTAR REFERENSI

Dzulqarnain, M. F., & Nazir, M. (2021). Dasar editing video berbasis Android untuk kreasi konten media sosial pada lingkungan pelajar SMA di Kalimantan Barat. Jurnal Inovasi & Terapan Pengabdian Masyarakat Politeknik ’Aisyiyah Pontianak, 1(2), 41–49.

Kanda, A. H. (2021). Personal branding melalui Instagram. Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi, 17(1), 45–66. http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/3654

Kirana, C., Wahyuningsih, D., & Rachmatsyah, A. D. (2023). Pelatihan video konten kreator sebagai sarana pengembangan kemampuan digital. JURNAL ABDIMASTEK (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi), 4(2), 35–39.

Kusumawati, D., & Delliana, S. (2024). Berbagi kreativitas visual: Pelatihan dasar videografi dan editing untuk staf hubungan masyarakat Museum Bahari. BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 97–110. https://doi.org/10.62335

Pamungkas, S., Wardaningsih, A. D., & Simamora, J. (2022). Pelatihan produksi video kreatif sebagai konten kanal YouTube bagi Jemaat HKBP Perumnas Tangerang. Prosiding PKM-CSR, 5, 2655–3570.

Prwairakusumah, R. A., Arindawati, W. A., & Oxygentry, O. (2024). Media sosial sebagai media informasi videografi bagi Generasi Z: Studi etnografi virtual pada akun Instagram @Urrofi. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6(6), 2381–2391. https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i6.1237

Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi pengelolaan komunikasi dalam membentuk personal branding di media sosial TikTok. Koneksi, 5(2), 280–288.

Safitri, D. E., & Arkansyah, M. (2022). Strategi komunikasi membangun citra Karang Taruna Desa Berbek Sidoarjo melalui Instagram. DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan Media, 2(4), 1–7.

Satria, B., Tambunan, L., Radillah, T., Sari, Y. R., Aris, Q. I., & Amelia, V. (2021). Pelatihan pembuatan konten video kreatif menggunakan Filmora 10 di STAI Hubbulwathan Duri. J-PEMAS STMIK Amik Riau, 3(1), 26–33.

Sinaga, D. C. P., Sianipar, B., Marpaung, P., Baene, S., & Kumar, W. (2022). Peningkatan kompetensi siswa melalui pelatihan editing video di SMK YAPIM Biru-Biru. SELAPARANG, 6(1), 10–13.

Srihasnita Rc, R., & Setiawan, D. (2018). Strategi membangun personal branding dalam meningkatkan performance diri. SELODANG MAYANG: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir, 4(1), 19–25.

Suparto, A. A., & Yuliana, D. (2023). Pelatihan fotografi dan videografi bagi siswa/i SMKN 1 Cermee Bondowoso. Dedikasi Sains Dan Teknologi Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1), 37–44. https://doi.org/10.47709/dst.v3i1.2342

Syah, M. E., & Nirmalasari, N. (2023). Optimalisasi potensi diri siswa melalui personal branding pasca praktik kerja lapangan di era Merdeka Belajar. Gotong Royong: Jurnal Pengabdian, Pemberdayaan Dan Penyuluhan Kepada Masyarakat, 3(1), 25–32. https://jp3km.jurnalp3k.com/index.php/j-p3km

Wadu, L. B., Ladamay, I., & Jama, S. R. (2019). Keterlibatan warga negara dalam pembangunan berkelanjutan melalui kegiatan Karang Taruna. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan, 9(2).

Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi personal branding melalui media sosial Instagram (Analisis isi pada media sosial mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). Scriptura, 11(1), 41–52. https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52