
**PELATIHAN VIDEOGRAFI UNTUK Mendukung Pemasaran
DIGITAL DI PONDOK PESANTREN AL-MUHAJIRIN III
BARUL ULUM JOMBANG**

M. Dzaky Ashari¹, Raden Johnny Hadi Raharjo²

UPN Veteran Jawa Timur

email: ¹21012010470@student.ac.id, ²raden.jhonny.ma@upnjatim.ac.id

Abstract: Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang has tremendous potential in videography, which can be utilized to support digital marketing. However, the lack of training on proper videography techniques hinders the development of this potential. This research aims to provide videography training to students at the boarding school to improve their skills in creating effective visual content as part of a digital marketing strategy. The methods used in this research include training, mentoring, and evaluation. The training covered basic videography techniques, video editing, as well as digital marketing, aiming to help the students understand how to utilize videography in attracting audience attention and promoting the boarding school. Mentoring is conducted to ensure proper application of the techniques, while evaluation aims to assess the final results of the training. The results showed that the students were able to understand video shooting and editing techniques well, so that they were able to produce interesting and relevant content for digital marketing. However, there are still some obstacles related to the devices used and creativity in making video concepts that need to be improved.

Keyword: Training on videography, digital marketing, video shooting, video editing.

Abstrak: Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang memiliki potensi yang luar biasa dalam bidang videografi, yang bisa dimanfaatkan untuk mendukung pemasaran digital. Meskipun demikian, lemahnya pelatihan mengenai teknik videografi yang tepat menghalangi pengembangan potensi ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan videografi kepada santri di pondok pesantren guna meningkatkan keterampilan mereka dalam menciptakan konten visual yang efektif sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan mencakup teknik dasar videografi, pengeditan video, serta pemasaran digital, yang bertujuan untuk membantu para santri memahami cara memanfaatkan videografi dalam menarik perhatian audiens dan mempromosikan pondok pesantren. Pendampingan dilakukan untuk memastikan penerapan teknik yang tepat, sementara evaluasi bertujuan untuk menilai hasil akhir dari pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa santri dapat memahami teknik pengambilan video dan pengeditan dengan baik, sehingga mampu menghasilkan konten yang menarik dan relevan untuk pemasaran digital. Namun, masih terdapat beberapa kendala terkait perangkat yang digunakan serta kreativitas dalam pembuatan konsep video yang perlu ditingkatkan.

Kata kunci: Pelatihan videografi, pemasaran digital, pengambilan video, pengeditan video.

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah aktivitas bisnis yang tak berubah dan dinamis. Peran pemasaran sendiri telah berubah secara

dramatis karena berbagai krisis – kekurangan bahan dan energi, inflasi, resesi ekonomi, tingginya pengangguran, industri yang sekarat, perusahaan yang sekarat, terorisme dan perang, serta

dampak akibat perubahan teknologi yang cepat pada industri tertentu. Perubahan tersebut, termasuk internet, telah memaksa eksekutif pemasaran saat ini untuk menjadi lebih berorientasi pada pasar dalam pengambilan keputusan strategis mereka, sehingga memerlukan sarana formal untuk memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu tentang pelanggan, produk dan pasar serta lingkungan secara keseluruhan. Pemasaran internet melibatkan penggunaan Internet untuk memasarkan dan menjual barang atau jasa. Pemasaran internet memanfaatkan kekuatan perdagangan elektronik untuk menjual dan memasarkan produk. Perdagangan elektronik mengacu pada pasar mana pun di internet. Perdagangan elektronik mendukung penjualan, pembelian, perdagangan produk atau layanan melalui internet. Pemasaran internet merupakan bagian dari perdagangan elektronik. Dengan ledakan pertumbuhan internet, pemasaran internet mulai menjadi sangat populer. Dikatakan bahwa pemasaran Internet pertama kali dimulai pada awal tahun 1990 hanya dengan situs web berbasis teks yang menawarkan informasi produk. Dengan pertumbuhan internet, tidak hanya menjual produk saja, namun selain itu, informasi tentang produk, ruang iklan, program perangkat lunak, lelang, perdagangan saham, dan perjodohan. Beberapa perusahaan telah merevolusi cara ini; internet dapat digunakan untuk pemasaran, seperti Google.com, Yahoo.com, Amazon.com, Alibaba.com dan Youtube.com. Makalah ini menawarkan pandangan tentang beberapa tren pemasaran internet saat ini dan masa depan (Bala & Deepak Verma, 2018).

Pemasaran media sosial adalah penggunaan platform media sosial dan situs web untuk mempromosikan produk dan layanan. Media sosial secara dramatis mengubah hubungan antara penyedia produk/layanan dan konsumen. Media sosial kini telah menjadi saluran komunikasi dan sosialisasi utama khususnya bagi generasi muda dan

dijadikan sebagai sumber utama informasi produk/jasa oleh konsumen yang sehari-harinya banyak menghabiskan waktu di media sosial. Pengguna media sosial memiliki lebih banyak peluang untuk berpartisipasi secara online dan menjadi lebih berdaya karena manfaat seperti kenyamanan, pengorganisasian mandiri, pendidikan mandiri, kekayaan informasi, pilihan alternatif, biaya lebih rendah, dan nilai waktu mereka yang sangat berharga (& Ramamoorthy, 2020; Dubbelink dkk., 2021; Labrovich dkk., 2021).

Salah satu perubahan signifikan yang saat ini dialami oleh pemasaran tradisional ditentukan oleh munculnya pemasaran digital yang memerlukan pemikiran ulang terhadap strategi pemasaran perusahaan yang ingin tetap bersaing di era digital yang baru. Dengan cara ini, pemasaran konten telah menjadi kunci keberhasilan kampanye pemasaran daring dan merupakan alat terpenting dalam pemasaran digital. Menurut studi "Masa Depan Pemasaran Digital", "berdasarkan survei daring yang melibatkan 262 eksekutif pemasaran digital di perusahaan B-to-C dan B-to-B, 80% perusahaan berencana untuk menambah anggaran pemasaran digital mereka dalam 12 hingga 18 bulan mendatang" (Maddox 2015, 4). Dalam konteks ini, banyak perusahaan tertarik untuk meningkatkan pemakaian alat pemasaran konten dalam kebijakan pemasaran mereka, karena mereka menyadari keterbatasan strategi komunikasi pemasaran tradisional, serta peluang besar yang ditawarkan oleh pemasaran digital (Patrutiu Baltas, 2015).

Di Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang terdapat beberapa santri, yang mempunyai keahlian vidiografi sehingga dapat memunculkan ide usaha. Namun karena kurangnya pelatihan vidiografi, maka diadakan program ini untuk menunjang pemasaran digital Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang yang nantinya akan menarik perhatian orang luar untuk menuntut ilmu di Pondok

Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang.

Dalam kegiatan sosialisasi kewirausahaan di Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang, penulis menyampaikan materi berupa teknik dasar pengambilan video yang menarik, pembuatan konsep video, cara mengedit video, dan cara memanfaatkan keahlian videografi untuk meningkatkan peluang bisnis dan usaha. Diberikan pemahaman mengenai pentingnya teknologi digital yaitu untuk meningkatkan keahlian di bidang teknologi digital dan daya saing bisnis. Tujuannya agar para santri dapat menggunakan keahliannya sebagai ide usaha mandiri, atau membantu memasarkan dan menarik perhatian orang luar untuk menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang. Penulis menemukan beberapa santri yang memiliki minat di bidang videografi, meskipun sebelumnya sudah dilakukan pengambilan dan pembuatan video Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang namun bagi penulis tetap perlu diperkenalkan teknik-teknik pengambilan video dan cara mengedit video yang benar dan menarik. Hal ini diperkuat dengan adanya pemahaman yang kurang mengenai videografi, karena kebanyakan orang hanya melakukan teknik videografi dengan cara yang belum optimal sehingga belum menggunakan teknologi digital dengan maksimal.

Pada era digital seperti saat ini, kemampuan untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan informatif menjadi hal yang sangat penting. Konten visual ini tidak hanya harus menarik perhatian audiens tetapi juga harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang jelas dan mudah untuk dipahami. Hal tersebut berlaku tidak hanya bagi para profesional media, tetapi juga bagi siswa dan siswi yang ingin mengembangkan kemampuan mereka

dalam berkomunikasi dan berkreasi di media sosial. Konten visual yang baik dapat memanfaatkan elemen-elemen seperti gambar, video, infografis, dan animasi untuk menjelaskan konsep yang kompleks dengan cara yang lebih mudah dipahami (Y. P. Astuti et al., 2023).

Pemahaman yang baik terhadap teknik videografi dapat meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya dengan menghasilkan konten yang lebih menarik, profesional, dan mudah dicerna audiens. Teknik pengambilan gambar yang tepat, kualitas visual dan audio yang tinggi, serta pengeditan yang kreatif memungkinkan video untuk lebih menonjol di antara banyaknya konten di media sosial, meningkatkan tingkat keterlibatan dan kesadaran merek. Di pasar yang kompetitif, konten yang dihasilkan perlu dibedakan dengan pendekatan yang kreatif, sesuai dengan tren terbaru, dan relevan dengan audiens yang dituju, agar dapat menarik perhatian dan meninggalkan kesan mendalam.

METODE

Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode penelitian berupa pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Metode ini digunakan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan santri pondok pesantren Al-Muhajirin III dalam bidang videografi dengan mengikuti program pelatihan. Penulis berperan sebagai mentor yang melakukan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi serta santri menjadi bagian utama dari program tersebut. Berikut merupakan penjelasan dari masing masing program.

Pelatihan

Tabel Tahapan Metode Bimbingan Untuk Santri

Pertemuan	Materi Ajar	Penjelasan Kegiatan	Tujuan	Indikator
1	Materi Digital	Memberikan pembelajaran yang menggunakan teknologi digital	Mengajak para santri agar mereka mampu untuk mengidentifikasi apa yang mereka butuhkan untuk belajar	Santri dapat belajar dengan wawasan lebih menggunakan sistem digital
1	Materi Marketing	Mengajarkan para santri cara mempromosikan produk atau jasa terhadap calon konsumen	Mengajarkan para santri agar dapat memperkenalkan barang atau jasa kepada calon konsumen	Santri dapat mempromosikan produk atau jasa dengan mandiri
1	Materi Videografi	Memberikan pelatihan teknik videografi kepada santri seperti <i>segitiga exposure</i> , teknik pengambilan video dan pengeditan video	Meningkatkan keahlian dalam bidang videografi	Santri dapat menghasilkan video yang menarik, informatif, dan kreatif
1	Digital Marketing	Mengajarkan para santri strategi pemasaran digital dan menentukan target pasar	Sebagai sarana untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumen	Santri mampu memasarkan produk atau jasa dan menentukan target pasar

Tabel berikut menyajikan rangkaian kegiatan bimbingan yang dirancang untuk pelatihan santri dalam meningkatkan keterampilan dan kreatifitas mereka di bidang videografi, bimbingan ini beberapa aspek penting, yaitu :

1. Materi Digital: kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa yang mereka butuhkan untuk belajar terkait teknologi era digital. Tujuannya adalah agar dapat mengetahui teknologi apa yang dibutuhkan di era sekarang.
2. Materi Marketing: kegiatan ini bertujuan untuk mengajarkan para santri agar dapat memperkenalkan barang atau jasa kepada calon konsumen. Tujuannya adalah agar dapat mengetahui barang / jasa apa yang ingin ditawarkan dan konsumen dapat mengetahui barang/ jasa seperti apa yang dibutuhkan
3. Materi Videografi: kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian dalam bidang videografi. Tujuannya untuk mengajarkan bagaimana teknik-teknik

pengambilan video yang tepat dan maksimal.

4. Digital Marketing: kegiatan ini bertujuan sebagai sarana untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan kebutuhan konsumen serta menentukan target pasar.

Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah pemberian materi berupa pelatihan. Pelatihan dilakukan agar santri dapat memahami secara langsung bagaimana teknik pengambilan video yang benar dan bagaimana cara mengedit video dengan maksimal dan kreatif. Pada kesempatan ini penulis memberikan materi yang dapat digunakan sebagai dasar teknik videografi yang berhubungan dengan pemasaran digital, mulai dari penyampaian visual hingga praktik yang dilakukan.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan informasi terkait pentingnya teknologi digital yang salah satunya berfokus pada videografi yang berhubungan dengan pemasaran digital. Materi yang disampaikan meliputi bagaimana teknik pengambilan video, bagaimana cara mengedit dengan

keaktifitas agar dapat menarik perhatian audiens sehingga dapat menaikkan target pemasaran.

Pendampingan

Metode berikutnya yang dilakukan oleh penulis adalah berupa pendampingan yang dilakukan untuk memastikan bahwa santri mampu mengaplikasikan materi yang sudah disampaikan dengan baik. Pada tahap ini, penulis mendampingi setiap aktivitas yang dilakukan oleh santri, mulai dari tahap pengambilan video seperti teknik pengambilan sisinya, teknik memegang camera, teknik badan saat pengambilan video agar hasilnya dapat maksimal. Pada saat pendampingan ini dilakukan pengawasan setiap langkah atau aktivitas yang dilakukan oleh santri, dan memberikan langkah-langkah yang benar jika santri mengalami kesulitan pada saat pengaplikasian materi yang disampaikan, juga memberikan masukan untuk meningkatkan keterampilan dan kreatifitas.

Evaluasi

Metode terakhir merupakan evaluasi, yang tujuannya adalah untuk melihat bagaimana perkembangan yang sudah dilakukan oleh santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang. Evaluasi dilakukan dengan berfokuskan kepada kemampuan teknik pengambilan video, teknik memegang kamera, hingga kemampuan mengedit video agar terlihat menarik sehingga dapat menaikkan promosi Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang. Proses evaluasi melibatkan kegiatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan oleh santri pada saat mengaplikasikan teknik pengambilan video dan teknik memegang kamera untuk mendapatkan masukan dan saran dari penulis kepada santri terkait keberhasilan program. Tujuan yang diharapkan, yaitu dapat membantu santri dalam mempromosikan Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang melalui program pelatihan vidiografi. Hasil evaluasi juga menjadi langkah

utama untuk memberikan saran dan rencana yang akan dilakukan kedepannya untuk mendukung kemampuan santri pada bidang vidiografi di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pelatihan ini bertujuan untuk memaksimalkan strategi promosi Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang, melalui beberapa metode pelatihan seperti pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Hasil program ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang diberikan memberikan hasil yang positif pada kemampuan dan kreatifitas santri dalam bidang vidiografi. Berikut merupakan narasi hasil dan pembahasan berdasarkan tahapan teknik pelatihan :



Gambar 1. Pemberian Materi dan Pelatihan Kepada Santri

Teknik pelatihan menunjukkan hasil yang positif karena santri dapat memahami materi dengan baik berupa teknik-teknik pengambilan video, teknik memegang kamera, dan cara mengedit video. Penulis juga menambahkan informasi tentang pemasaran digital yang sangat berhubungan erat dengan vidiografi jika ditinjau melalui era digital sekarang.



Gambar 2. Pendampingan Santri Setelah Pemberian Materi

Santri yang sudah melewati tahap pelatihan mengaplikasikan ilmunya secara langsung untuk mendapatkan masukan dan saran dari penulis, hasil pengambilan video dengan teknik yang diajarkan mendapat hasil yang positif karena cara yang dilakukan sudah tepat. Penulis ikut langsung dan mengamati bagaimana santri tersebut mengaplikasikan materi yang sudah diberikan.



Gambar 3. Menganalisa Hasil Pengambilan Video

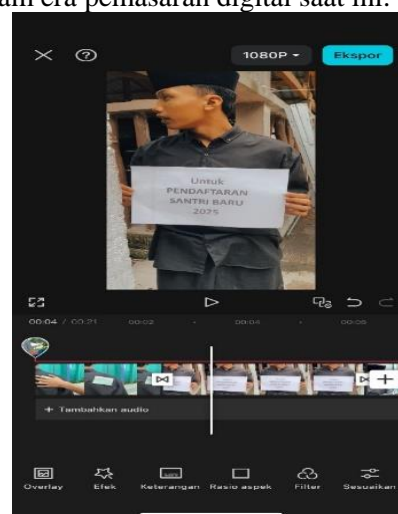
Tahapan yang terakhir adalah evaluasi yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana pemahaman santri tersebut setelah diberikan materi oleh penulis secara jelas dan tersusun, selain teknik pengambilan video juga diajarkan bagaimana cara mengedit video. Hasil dari evaluasi juga mendapat sorotan yang baik karena hasil pengambilan video oleh santri ternyata bagus dan artinya santri dapat memahami materi dengan baik.

Dari metode pelatihan yang sudah di berikan mereka dapat memahami dan mendalami dalam penggunaan perangkat

dan pengambilan fotage video. Namun, terdapat beberapa masalah dari perangkat yang di gunakan untuk editing dan kurangnya dalam kreativitas dalam pembuatan konsep video yang di lakukan untuk memasarkan.

Output Video

Output video merupakan hasil akhir dari proses pembuatan video yang mencakup elemen visual, audio, teks, serta efek kreatif yang telah melalui tahap editing dan penyempurnaan. Dalam konteks pelatihan videografi untuk mendukung pemasaran digital di Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang, output video menjadi bagian penting dari strategi promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens secara efektif. Video yang dihasilkan dari pelatihan ini diharapkan memiliki kualitas visual dan audio yang tinggi, serta konten yang menarik dan informatif, sehingga mampu meningkatkan daya tarik pondok pesantren kepada calon santri maupun masyarakat umum. Dengan format dan resolusi yang sesuai untuk platform digital seperti media sosial dan situs web, output video menjadi alat yang relevan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menciptakan kesan positif tentang Pondok Pesantren Al-Muhajirin III. Hal ini menegaskan pentingnya keterampilan videografi sebagai pendukung utama dalam era pemasaran digital saat ini.



Gambar 4. Hasil Videografi

Output video merupakan hasil akhir dari proses pembuatan video yang mencakup elemen visual, audio, teks, serta efek kreatif yang telah melalui tahap editing dan penyempurnaan. Dalam pelatihan videografi untuk mendukung pemasaran digital di Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang, hasil video ini berperan penting sebagai strategi promosi yang efektif, menampilkan kualitas visual dan audio yang tinggi, serta konten yang menarik dan informatif untuk menarik perhatian audiens dan memperluas jangkauan pemasaran.

SIMPULAN

Pemasaran telah berkembang menjadi aktivitas yang dinamis dan terus berubah, didorong oleh tantangan global seperti perubahan teknologi, krisis ekonomi, dan kemunculan platform digital. Dalam era digital, pemasaran internet dan media sosial menjadi sangat penting, memungkinkan perusahaan memanfaatkan perdagangan elektronik untuk menjual produk serta menyampaikan informasi. Hal ini memerlukan kemampuan dalam menciptakan konten digital yang menarik dan relevan, terutama melalui videografi, yang terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens.

Studi di Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Barul Ulum Jombang menunjukkan bahwa pelatihan videografi dapat meningkatkan kemampuan santri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Metode pelatihan, pendampingan, dan evaluasi yang diterapkan berhasil meningkatkan pemahaman teknis santri, terutama dalam teknik pengambilan video, pengeditan, dan strategi pemasaran digital. Evaluasi menunjukkan bahwa program ini

berkontribusi positif terhadap kreativitas dan keterampilan santri, meskipun masih ada tantangan seperti keterbatasan perangkat dan pengembangan konsep kreatif.

Pentingnya teknologi digital dalam pemasaran modern menuntut individu untuk terus meningkatkan kemampuan mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bala, M., & Deepak Verma, M. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Paper Type:-Review and Viewpoint. *International Journal of Management*, 8. <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>.
- Basimakopoulou, M., Theologou, K., & Tzavaras, P. (2022). A Literature Review on Digital Marketing: The Evolution of a Revolution. *Journal of Social Media Marketing*, 1(1), 30–40. <https://doi.org/10.33422/jsmm.v1i1.901>
- Jasmine Agam, Wilda Alfina, Citra Yuslaresa, Mita Armevia Putri, Avida Sidabutar, & Tika Ristia Djaya. (2024). Pelatihan Pengambilan Konten Visual dan Videografi Bagi Siswa SMA 9 Semarang. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 194–206. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i3.1415>
- Patrutiu Baltas, L. (2015). Content marketing-the fundamental tool of digital marketing. In *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences* • (Vol. 8, Issue