

## PENDAMPINGAN PEMBUATAN VIDEO *STOP MOTION* UNTUK PEMASARAN PRODUK UMKM DI PATUK GUNUNGKIDUL

Asih Pujiastuti<sup>1</sup>, Astika Ayuningtyas<sup>2</sup>, Harliyus Agustian<sup>3</sup>

Program Studi Teknik Informatika

Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto

Jl. Janti Blok-R Lanud Adisutjipto Yogyakarta

Email : <sup>1</sup>asih\_puji@yahoo.co.id, <sup>2</sup>astika@stta.ac.id, <sup>3</sup>h4rliyus@gmail.com

### Abstrak

Peningkatan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Patuk Gunungkidul dapat memanfaatkan media sosial Instagram dengan pembuatan konten produk berupa video *stop motion*. Pembuatan video *stop motion* memerlukan pengetahuan dan ketrampilan pelaku UMKM, sehingga dibutuhkan pendampingan pembuatan video *stop motion* untuk meningkatkan pemasaran produk. Pendampingan dilakukan dengan cara pengenalan video *stop motion*, teknik pengambilan foto, dan mem-*post* video *stop motion* konten produk ke Instagram. Hasil dari kegiatan pendampingan yang dilakukan, didapatkan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Patuk Gunungkidul telah memiliki ketrampilan dalam pembuatan video *stop motion* pada produknya, selain itu pelaku UMKM juga telah dapat mem-*post* video produk yang telah dibuatnya ke media sosial Instagram.

**Kata Kunci:** Video Stop Motion, Media Sosial, UMKM

### Abstract

*Increased product marketing for micro, small and medium enterprise (UMKM) in Patuk Gunungkidul district with used social media as Instagram, So the actors UMKM creating product content in the form of stop motion videos for promotion media with Instagram. The creation of stop-motion videos requires the knowledge and skills of UMKM actors, training for production of stop motion videos is therefore necessary to improve the marketing of products. The assistance consists of introducing stop-motion video, photo-taking techniques and posting stop-motion video content on Instagram. The results of mentoring activities revealed that UMKM in Patuk Gunungkidul's sub-district had the skills to create stop-motion videos on their products. In addition, they were also able to post videos of products they had made on Instagram social networks.*

**Keywords :** *Stop Motion Video, Social Media, UMKM*

### 1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang paling besar di Indonesia dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 60% [1]. UMKM lebih kuat dalam menghadapi krisis global, akan tetapi untuk dapat menghadapi pasar global memang tidaklah mudah dikarenakan produk UMKM akan bersaing dengan produk negara lain. Strategi yang tepat untuk mengembangkan UMKM agar dapat bersaing menghadapi pasar global adalah dengan peningkatan jangkauan pemasaran dan volume penjualan dapat dilakukan dengan *internet marketing* atau sosial media. Sosial media yang dapat digunakan untuk pemasaran salah satunya adalah Instagram. Instagram difungsikan

untuk suatu alat pemasaran dengan memanfaatkan fasilitas *post* foto atau video produk. Keberhasilan pemasaran produk melalui Instagram dapat dilakukan dengan pemilihan konten-konten yang menarik untuk di-*post* ke Instagram [2]. Konten produk yang menarik dapat meningkatkan trafik pengunjung [2][3]. Peningkatan pengunjung berdampak positif terhadap pemasaran produk.

UMKM di Kecamatan Patuk menaungi 11 Desa, diantaranya Semoyo, Pengkok, Beji, Bunder, Nglegi, Putat, Nglanggeran, Salam, Patuk, Ngoro-oro, Terbah. UMKM di Kecamatan Patuk bergerak dibidang produk dan jasa, diantaranya; kerajinan, makanan seperti cokelat, rumput laut. Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan proses usaha. Sampai saat ini, strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Kecamatan Patuk adalah pemasaran secara sederhana yaitu pemasaran produk dengan pengenalan dan penjualan produk melalui relasi di lingkungan pelaku usaha. Strategi pemasaran tersebut dilakukan karena kurangnya kemampuan pelaku UMKM di Kecamatan Patuk dalam memasarkan produk menggunakan media *online*, seperti contoh melalui Instagram. Selain itu, informasi tentang bagaimana cara melakukan pemasaran konten melalui Instagram yang tepat guna dan sasaran oleh pelaku UMKM di Kecamatan Patuk untuk meningkatkan *brand awarness* dan *brand recognition* pada produk yang dijual melalui konten-konten yang di-*post* melalui Instagram masih terbatas. Pembuatan konten yang menarik dapat dilakukan dengan pembuatan video *stop motion*[4]. Pembuatan video *stop motion* memerlukan ketrampilan teknik pengambilan foto dan pemanfaatan aplikasi *stop motion generator*.

Berdasarkan uraian dan rekomendasi yang ada, maka untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM di Kecamatan Patuk akan diadakan pendampingan pemahaman dan pembuatan video *stop motion* untuk pemasaran produk menggunakan Instagram. Video *stop motion* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemasaran produk [5][6]. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul Daerah Istimewa Yogyakarta memaksimalkan pemahaman dan kemampuan dalam pembuatan video *stop motion* pada Instagram dalam memasarkan produk dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Pendampingan yang dilakukan di Patuk Gunungkidul adalah salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan serangkaian kegiatan tridarmasita dosen Teknik Informatika Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto[7][8].

## 2. Masalah

Pendampingan dilakukan berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Patuk Gunungkidul. Permasalahannya yang ada antara lain adalah:

- 1) Kurangnya kemampuan pelaku UMKM di Kecamatan Patuk Gunungkidul dalam pemahaman dan pembuatan video *stop motion* untuk pemasaran produk barang ataupun jasa dengan menggunakan Instagram, permasalahan ini diselesaikan dengan pendampingan pemahaman dan pembuatan video *stop motion* produk UMKM.
- 2) Terbatasnya informasi tentang bagaimana cara melakukan pemasaran produk melalui Instagram yang tepat guna dan sasaran oleh pelaku UMKM di Kecamatan Patuk dengan menggunakan video *stop motion*, permasalahan ini diselesaikan dengan pelatihan pembuatan video *stop motion* dan implementasinya melalui Instagram untuk pemasaran produk.

## 3. Metode

Berdasarkan pada uraian Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM kecamatan Patuk Gunungkidul, maka metode penyelesaian yang digunakan sebagai solusi yang ditawarkan

untuk mengatasi permasalahan tersebut difokuskan pada kegiatan pelatihan pembuatan video *stop motion* dan implementasinya melalui Instagram untuk pemasaran produk.

Langkah-langkah penyelesaian masalah dalam kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Tabel 1 :

Tabel 1. Langkah-langkah penyelesaian permasalahan UMKM

No.	Langkah Penyelesaian	Waktu
1	Analisis Situasi	Hari Pertama
2	Permasalahan Pelaku UMKM dalam memasarkan produk belum memanfaatkan media online dan teknologi video visual	Hari Pertama (tgl dan jam belum tau)
3	Memberikan pemahaman dan pemanfaatan media untuk promosi dengan membuat video <i>stop motion</i> dan media online.	Hari Kedua (tgl dan jam belum tau)
4	Pelatihan cara membuat video <i>stop motion</i> dengan memanfaatkan foto dari kamera <i>handphone</i> untuk diolah dan dipromosikan melalui Instagram	Hari Kedua (tgl dan jam belum tau)
5	Hasil capaian dalam memecahkan masalah adalah adanya pengetahuan tentang video <i>stop motion</i> dan Instagram untuk mempromosikan produk UMKM ke media online, sehingga meningkatkan minat konsumen untuk melihat dan membeli produk tersebut.	Hari Ketiga (tgl dan jam belum tau)

Kegiatan yang dilakukan selama pendampingan dan pelatihan dilaksanakan oleh mahasiswa, alumni dan dosen dari program studi Teknik Informatika Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto Yogyakarta. Adapun materi pendampingan saat pelatihan pada tabel 1 point 3 dan 4 diberikan pendampingan dengan rincian materi yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Materi Pendampingan Pembuatan Video Stop Motion

No.	Materi Pendampingan	Waktu
1	Pengenalan Video Stop Motion	Selasa, 30 April 2019 09.30-10.00
2	Teknik pengambilan foto untuk Pembuatan Video Stop Motion	Selasa, 30 April 2019 10.00-11.30
3	Pelatihan Pembuatan Video Stop Motion	Kamis, 2 Mei 2019 09.00-11.30
4	Uji coba dengan mengunggah Video Stop Motion ke Instagram	Jumat, 3 Mei 2019 09.00-10.00
5	Monitoring dan evaluasi Pembuatan Video Stop Motion setiap akun peserta	Jumat, 3 Mei 2019 10.00-11.00

UMKM yang berpartisipasi pada kegiatan pendampingan sejumlah 18 dengan produk yang beraneka ragam.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan adalah salah bentuk transformasi pengetahuan atau pemahaman untuk meningkatkan ketrampilan pelaku UMKM di kecamatan Patuk Gunungkidul dalam pembuatan video *stop motion* pada Instagram dengan tujuan akhir yaitu peningkatan pemasaran produk.

Kegiatan yang diawali dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman pemanfaatan media online seperti Instagram dan manfaat dalam membuat video *stop motion*, seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Pengenalan Video *Stop Motion*

Pengenalan Video *stop motion* pada gambar 1 memperlihatkan alumni dan dosen menjelaskan secara rinci pemanfaatan video *stop motion* dan contoh untuk dijadikan media sebagai media promosi suatu produk UMKM dengan menggunakan teknologi video visual. Pembuatan video *stop motion* memanfaatkan foto yang dihasilkan dengan kamera *handphone*, sehingga diperlukan foto-foto yang memiliki *angle*/ sudut pandang yang berbeda-beda sehingga menghasilkan foto yang bagus, seperti yang ditunjukkan pada gambar 2 para pelaku UMKM didampingi dosen melakukan praktek pengambilan foto produk dengan melihat pencahayaan dan sudut pandang kamera.



Gambar 2. Pendampingan Teknik pengambilan foto untuk pembuatan Video *Stop Motion*

Hasil foto yang diambil dengan melihat sudut pandang kamera dan pencahayaan yang stabil, akan menghasilkan kualitas foto yang bagus walaupun diambil dengan kamera *handphone*. Foto tersebut dimanfaatkan untuk dibuat video *stop motion* sehingga dapat digunakan sebagai salah satu media promosi video visual, pendampingan dan pelatihan pembuatan video dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Video *Stop Motion*

Pembuatan video yang dilakukan para pelaku UMKM seperti pada gambar 3, akan dipromosikan dengan memanfaatkan media online Instagram, sehingga banyak konsumen yang dapat melihat produk yang dipromosikan dalam bentuk video *stop motion* seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Pendampingan Pembuatan Video *Stop Motion* Pada

Tingkat keberhasilan pendampingan dinilai dari pengimplementasian materi pendampingan dalam wujud pembuatan video *stop motion* yang di-post ke akun Instagram para peserta. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan pengecekan melalui Instagram dengan hashtag #pkmdpartemeninformatikaSTTA dapat dilihat pada gambar 4. Berdasarkan monitoring dan evaluasi yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pendampingan pembuatan video *stop motion* berhasil meningkatkan ketrampilan peserta dalam memahami, membuat, dan mem-post video *stop motion* pada Instagram. Hasil pendampingan secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pendampingan Peserta Pendampingan Pembuatan Video *Stop Motion*

No.	Nama peserta	Asal umkm	Hasil		
			Bagus	Cukup	Kurang
1	Partini	Elega Perca Bunder	✓		
2	Hemas Elega	Elega Perca Bunder	✓		
3	Wagiyem	Kembang Goyang & Snack			✓
4	Sri Lestari	Konveksi		✓	
5	Mustikah	Bonggol Pisang & Peyek Kacang	✓		
6	Ernawati	KWT SALAM (Kunyit Instant)	✓		

7	Dalayah	Cripping Pisang, Salak, Semoyo	✓	
8	Sri Yuntari	Cripik Durian “Crihan” Sumbertetes		✓
9	Endang Sri Lestari	Sembako & Kue Kering, Terbah	✓	
10	Sukisni	Cripping Pisang “Kayugesit”	✓	
11	Wiwik Hikmawati	Cripping Pisang & Kulit Ikan Patin	✓	
12	Agus Purwanto	Popcorn	✓	
13	Nuri Setyawan	Gallery 99		✓
14	Wahyudi Nugroho	Packing Snack		✓
15	Suharjono	Jahe Instant “Mbah Parjo”		✓
16	Wiwit Puji Lestsri	Coklat GUNKID Gambiran	✓	
17	Umiyatun	Kerajinan Kayu Bobung	✓	
18	Suwarsih	Aneka Camilan		✓

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pendampingan pembuatan video *stop motion* untuk pemasaran produk UMKM kecamatan Patuk Gunungkidul, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM Kecamatan Patuk Gunungkidul mengenal dan mengerti tentang video *stop motion*.
2. Para pelaku UMKM Kecamatan Patuk Gunungkidul dapat membuat video *stop motion*.
3. Para pelaku UMKM Kecamatan Patuk Gunung Kidul dapat memanfaatkan video *stop motion* untuk memasarkan produk di Instagram dengan baik.

## Daftar Pustaka

- [1] Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- [2] Mundzir, F. 2017. Instagram Hack: 1 hari membuat 30 post yang pasti meng-engage audience. <https://medium.com/@Mundzir/instagram-hack-1-hari-membuat-30-post-yang-pasti-meng-engage-audience-d2dfc60b48f4>. 4 Maret 2019 (15.05).
- [3] Anonim. 2018. Menggugah Foto Ke Instagram. <https://id.wikihow.com/Mengunggah-Foto-ke-Instagram>. 4 Maret 2019 (15.08).
- [4] Miles, J. (2014). *Instagram power: Build your brand and reach more customers with the power of pictures*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- [5] Zusana, I. L. (2013). Perancangan Video Klip Animasi Stop Motion Sebagai Media Promosi Band Honeybeat (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- [6] Himawan, F., & Al Fatta, H. (2012). Pembuatan Video Klip “Terbang” oleh “Flourescent Band” dengan Menggunakan Teknik Stop Motion. *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*, 13(4), 17.
- [7] Agustian, H., Pujiastuti, A., Ayuningtyas, A., Honggowibowo, A. S., & Indrianingsih, Y. (2019). Pembuatan Profil Produk Untuk Pemasaran Barang Dan Jasa Bagi UP2K-PKK Kelurahan Prawirodirjan Gondomanan Yogyakarta. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2).
- [8] Aryanto, S., Sudaryanto, S., Sajati, H., Kusumaningrum, A., Nugraheny, D., & Wintolo, H. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Bagi UP2K-PKK Kelurahan Prawirodirjan Gondomanan Yogyakarta Untuk Mendukung Pemasaran Produk Menggunakan Instagram. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2).