

Kreativitas Visual dalam Dunia *Digital Marketing*: Pelatihan *Editing Video* untuk Generasi Konten Mahasiswa

Satria Veriansyah Wiguna¹, Ridwan Mufid Khoirulloh²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

¹E-mail: sveriansyah@gmail.com

²E-mail: ibammcfeed2@gmail.com

Article History:

Received: Mei 2025

Revised: Juni 2025

Accepted: Juni 2025

Abstrak: Perkembangan era digital telah mengubah strategi komunikasi pemasaran dari konvensional menuju pendekatan visual berbasis konten digital. Salah satu media yang efektif dalam digital *Adobe Premiere Pro* adalah video, karena kemampuannya menyampaikan pesan secara dinamis dan menarik. Namun, belum semua mahasiswa, khususnya di lingkungan Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD), memiliki keterampilan editing video yang memadai untuk memproduksi konten pemasaran yang profesional. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dilakukan pelatihan dasar editing video kepada mahasiswa FSRD Universitas Sebelas Maret (UNS) dengan tujuan meningkatkan kapasitas mereka dalam memproduksi konten digital yang relevan untuk kebutuhan promosi dan pemasaran. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep video *Adobe Premiere Pro*, elemen-elemen video seperti transisi, voice over, dan musik, hingga praktik langsung menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam memahami alur produksi video serta keterampilan teknis editing. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam dunia kerja kreatif, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kualitas visual dalam strategi digital *Adobe Premiere Pro* masa kini. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pengembangan kompetensi praktis yang aplikatif dalam mendukung transformasi digital di bidang seni dan pemasaran.

Kata Kunci: Video Editing, Digital *Adobe Premiere Pro*, Konten Visual, Pelatihan, Mahasiswa

Abstract: The development of the digital era has changed *Adobe Premiere Pro* communication strategies from conventional to digital content-based visual approaches. One of the effective media in digital *Adobe Premiere Pro* is video, due to its ability to convey messages dynamically and attractively. However, not all students, especially in the Faculty of Arts and Design (FSRD), have adequate video editing skills to produce professional *Adobe Premiere Pro* content. Through this community service activity, basic video editing training was conducted for FSRD students at Sebelas Maret University (UNS) with the aim of increasing their capacity to produce relevant digital content for promotion and *Adobe Premiere Pro* needs. The training materials included an introduction to the concept of video *Adobe*

Premiere Pro, video elements such as transitions, voice over, and music, to hands-on practice using Adobe Premiere Pro software. Evaluation results showed that participants experienced a significant improvement in understanding the flow of video production as well as technical editing skills. This training not only improves students' readiness in the creative workforce, but also raises awareness of the importance of visual quality in today's digital Adobe Premiere Pro strategies. This activity is expected to be a model of practical competency development that is applicable in supporting digital transformation in the fields of art and Adobe Premiere Pro.

Keywords: *Video Editing, Digital Adobe Premiere Pro, Visual Content, Training, Student*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap pemasaran global secara signifikan. Salah satu transformasi terbesar terjadi pada pemanfaatan media visual, khususnya konten video, sebagai alat utama dalam strategi digital *Adobe Premiere Pro*. Riset-riset terbaru menunjukkan bahwa video memiliki daya tarik emosional yang lebih tinggi dan mampu meningkatkan engagement serta tingkat konversi konsumen dibandingkan dengan konten visual statis atau berbasis teks semata (Zhou et al., 2024).

Video *Adobe Premiere Pro* dinilai sebagai strategi komunikasi yang efektif karena kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara ringkas, interaktif, dan mudah dipahami dalam waktu singkat. Gaya konsumsi media masyarakat yang beralih ke platform seperti *TikTok*, *Instagram Reels*, dan *YouTube Shorts* mendorong terciptanya kebutuhan akan konten video yang padat, kreatif, dan berkualitas (Solberg Söilen, 2024). Dalam konteks ini, keterampilan editing video menjadi aset penting dalam mendukung proses produksi konten digital yang profesional dan berdampak.

Namun, tantangan terbesar dalam mengembangkan konten video berkualitas terletak pada keterbatasan keterampilan teknis, terutama di kalangan mahasiswa seni yang meskipun kreatif, belum sepenuhnya menguasai alat-alat digital. Padahal, menurut Khan dan Shalini (Khan & Shalini, 2024), penguasaan teknik editing dan kemampuan narasi visual merupakan komponen utama dalam meningkatkan efektivitas kampanye digital secara keseluruhan.

Dalam konteks digital *Adobe Premiere Pro*, mahasiswa, terutama yang berasal dari program studi seni, desain, dan komunikasi visual memiliki potensi besar sebagai kreator konten. Namun, potensi ini belum sepenuhnya termanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan keterampilan teknis, khususnya dalam proses pascaproduksi seperti editing video. Padahal, kemampuan untuk melakukan basic editing seperti pemotongan adegan, pengaturan transisi, penambahan teks dan audio, serta color grading sederhana, merupakan dasar penting dalam menghasilkan konten yang layak publikasi di berbagai platform digital. Konten yang diedit secara baik mampu meningkatkan persepsi kualitas, kepercayaan audiens, dan nilai pesan yang disampaikan, sebagaimana ditekankan oleh Liu

et al. (Liu et al., 2025) dalam studi tentang kekuatan distribusi konten video dalam strategi pemasaran digital.

Kebutuhan akan keterampilan editing video juga meningkat seiring dengan perubahan algoritma media sosial yang semakin memprioritaskan konten video pendek dan dinamis. Mahasiswa dituntut untuk tidak hanya kreatif dalam konsep visual, tetapi juga cakap secara teknis agar mampu mengolah ide menjadi konten yang komunikatif dan kompetitif. Selain untuk mendukung promosi produk atau jasa, keterampilan editing video juga mendukung strategi personal branding, portofolio digital, hingga konten edukatif. Oleh karena itu, pelatihan basic editing merupakan langkah awal yang krusial untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan yang relevan dan aplikatif dalam menghadapi era ekonomi digital berbasis konten.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan dasar editing video kepada mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Sebelas Maret (UNS). Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk membekali peserta dengan pengetahuan konseptual dan keterampilan praktis dalam menyusun konten video digital yang mendukung kebutuhan promosi, personal branding, maupun kampanye sosial berbasis visual.

Metode

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis praktik langsung (*experiential learning*), yang menempatkan peserta sebagai pelaku aktif dalam proses pembelajaran keterampilan digital. Metode ini dipilih untuk memaksimalkan efektivitas pelatihan dalam penguasaan keterampilan editing video, terutama pada level dasar. Sejalan dengan temuan Mahalakshmi et al. (Mahalakshmi et al., 2025), metode berbasis praktik langsung terbukti meningkatkan pemahaman dan retensi keterampilan teknis dibanding metode konvensional berbasis ceramah. Berikut untuk tahapan pelaksanaan pengabdian ini adalah:

1. Identifikasi Kebutuhan Peserta

Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan survei singkat untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta terkait video editing dan pengetahuan mereka tentang digital *Adobe Premiere Pro*. Hasil survei digunakan untuk menyusun kurikulum pelatihan yang kontekstual dan relevan.

2. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi mencakup: Pengantar digital *Adobe Premiere Pro* dan peran konten video; Elemen dasar video (transisi, audio, teks, beat, dan efek visual); Alur kerja editing (*offline* dan *online* editing); dan Praktik menggunakan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro*. Materi disusun dengan memperhatikan prinsip *microlearning* agar mudah dipahami dan diterapkan (Kautish et al., 2025).

3. Sesi Pelatihan dan Praktek Langsung

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di ruang multimedia FSRD UNS. Setiap sesi diawali dengan pemaparan materi, demonstrasi, kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung di bawah bimbingan fasilitator. Peserta diberi proyek mini seperti membuat video promosi singkat berdurasi 30–60 detik.



Gambar 1. Sesi Pelatihan oleh Narasumber

4. Evaluasi dan Refleksi

Setelah pelatihan, peserta diminta menyelesaikan tugas akhir berupa video pendek untuk kemudian dievaluasi berdasarkan aspek teknis dan kreativitas. Selain itu, dilakukan pengukuran peningkatan pemahaman melalui kuis dan kuesioner kepuasan pelatihan.

Pendekatan ini didesain untuk meningkatkan kompetensi teknis sekaligus pemahaman strategis mahasiswa terhadap peran konten visual dalam ekosistem digital *Adobe Premiere Pro*. Pelatihan ini tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga membentuk mindset kreatif dan produktif berbasis konten digital.

Hasil

Pelatihan dasar video editing yang dilaksanakan bagi mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Sebelas Maret (UNS) berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana dan menghasilkan sejumlah capaian signifikan, baik dari sisi keterlibatan peserta, peningkatan kompetensi teknis, maupun pemahaman strategis terhadap pemanfaatan konten video dalam digital *Adobe Premiere Pro*. Pelatihan ini diikuti oleh 38 mahasiswa dari berbagai program studi di FSRD, dengan tingkat kehadiran mencapai 95% selama dua hari pelaksanaan.

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan teknis peserta dalam mengoperasikan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro*. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 21% peserta yang memiliki pengalaman dasar menggunakan software editing video. Setelah sesi pelatihan dan praktik, seluruh peserta mampu menyelesaikan proyek editing video pendek dengan elemen-elemen seperti trimming, transisi, penambahan teks dan audio, serta melakukan proses rendering secara mandiri. Sebagian peserta bahkan menunjukkan kreativitas lebih dengan menambahkan efek visual

seederhana dan sinkronisasi musik dengan beat visual yang tepat.

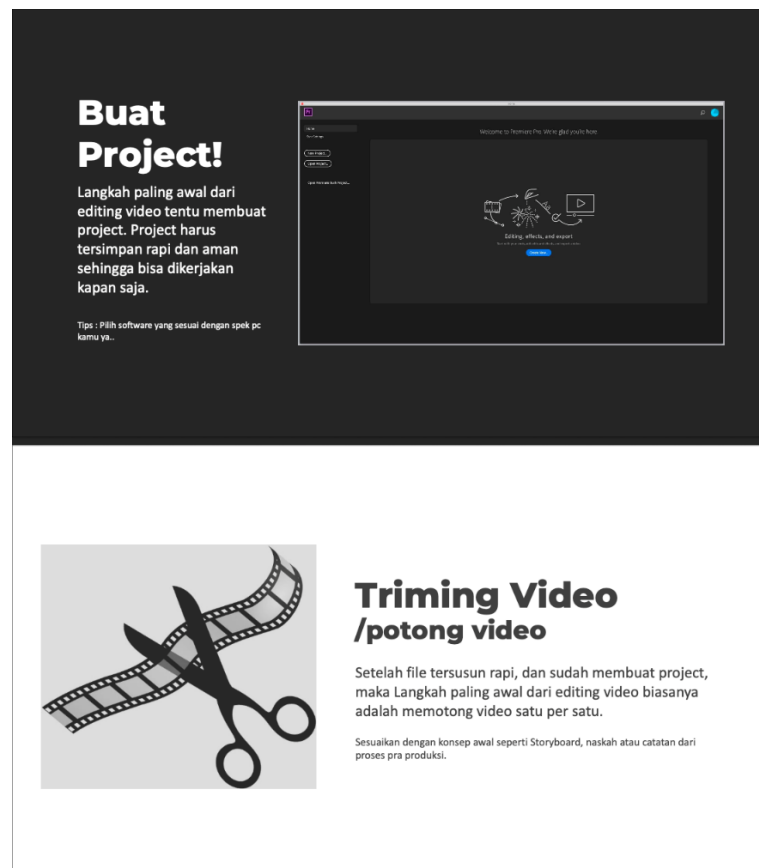
Lebih lanjut, pemahaman peserta mengenai pentingnya konten video dalam strategi pemasaran digital juga mengalami peningkatan. Hal ini terlihat dari hasil refleksi pasca pelatihan, di mana lebih dari 80% peserta menyatakan bahwa mereka kini lebih memahami bagaimana menyusun narasi visual yang sesuai dengan target audiens dan tujuan komunikasi. Para peserta menyebutkan bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membuka wawasan baru mengenai bagaimana konten visual mempengaruhi persepsi merek dan keterlibatan konsumen di media sosial.

Produk akhir berupa video pendek berdurasi 30–60 detik menjadi bukti nyata dari keberhasilan pelatihan. Beberapa video yang dihasilkan mengangkat tema promosi produk lokal, kampanye sosial, hingga konten personal branding mahasiswa. Kualitas karya peserta dinilai cukup baik untuk level pemula, dengan aspek teknis seperti kestabilan visual, kesinambungan adegan, dan pencocokan audio yang sesuai.



Gambar 2. Materi Pelatihan

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil menjembatani kesenjangan antara kreativitas visual mahasiswa dengan keterampilan teknis yang dibutuhkan dalam produksi konten digital yang kompetitif. Kegiatan ini juga memantik antusiasme peserta untuk terus mengembangkan keterampilan editing secara mandiri sebagai bekal menghadapi tuntutan dunia industri kreatif digital yang terus berkembang.



Gambar 3. Proses Praktek Langsung Editing Video

Pembahasan

Hasil pelatihan dasar editing video yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa penguasaan keterampilan teknis di bidang pascaproduksi video memiliki korelasi langsung dengan peningkatan kapasitas mahasiswa dalam memproduksi konten pemasaran digital. Dalam praktik digital *Adobe Premiere Pro* saat ini, kemampuan untuk membuat video yang menarik dan komunikatif sangat penting karena platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube semakin mengutamakan format konten berbasis video pendek sebagai strategi utama untuk menjangkau audiens secara luas dan cepat (Solberg Söilen, 2024; Zhou et al., 2024).

Kemampuan peserta dalam membuat konten video promosi berdurasi pendek pasca pelatihan menjadi bukti nyata bahwa pelatihan ini mendukung tujuan pengabdian, yakni membekali mahasiswa dengan keterampilan digital yang strategis. Ini sejalan dengan temuan Khan dan Shalini (Khan & Shalini, 2024) yang menyatakan bahwa keterampilan editing video dan pemahaman narasi visual sangat dibutuhkan dalam kampanye pemasaran yang mengandalkan strategi content-based engagement. Video yang dikemas dengan transisi halus, pemilihan musik yang tepat, serta struktur narasi visual yang kuat, terbukti lebih efektif dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu merek atau ide (Elder et al., 2025).

Penerapan prinsip-prinsip dasar editing seperti pengaturan beat, sinkronisasi audio-

visual, dan pemanfaatan efek visual secara bijak, menjadi aspek penting dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga kuat dari sisi komunikasi pemasaran. Mahasiswa peserta pelatihan yang sebelumnya belum memiliki keterampilan editing, kini memahami bagaimana menyusun alur video yang dapat memengaruhi persepsi dan emosi audiens, a skill that translates directly into *Adobe Premiere Pro* effectiveness.

Lebih jauh, kemampuan untuk menghasilkan video promosi yang kreatif dan relevan memberikan peluang bagi mahasiswa untuk membangun personal brand, mempromosikan produk lokal, maupun menjadi bagian dari industri kreatif digital yang terus berkembang. Dalam konteks ini, pelatihan editing video menjadi investasi strategis yang mendukung digital skill readiness mahasiswa menuju era industri 4.0, sebagaimana disarankan oleh Liu et al. (Liu et al., 2025) dalam konteks penerapan teknologi dalam strategi konten dan influencer *Adobe Premiere Pro*.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat edukatif tetapi juga transformatif. Ia mendorong mahasiswa menjadi lebih dari sekadar konsumen media, melainkan menjadi kreator konten yang sadar strategi, memahami pasar digital, dan siap berkompetisi secara profesional.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan dasar video editing bagi mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) UNS berhasil memberikan dampak positif dalam penguatan keterampilan digital mahasiswa, khususnya dalam konteks produksi konten untuk keperluan digital *Adobe Premiere Pro*. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam penggunaan perangkat lunak editing, tetapi juga menumbuhkan pemahaman strategis tentang bagaimana menyusun narasi visual yang efektif untuk mendukung komunikasi pemasaran.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan video promosi sederhana yang memenuhi aspek teknis dan kreatif dasar. Lebih penting lagi, mereka menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap peran penting konten video dalam membangun citra merek, menarik perhatian audiens, dan memperkuat strategi promosi di platform digital. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan keterampilan teknis seperti video editing harus menjadi bagian integral dalam pengembangan kapasitas mahasiswa menuju era digital.

Sebagai tindak lanjut, kegiatan serupa dapat dikembangkan menjadi pelatihan tingkat menengah atau lanjutan, termasuk pengenalan pada *motion graphic*, *color grading*, dan strategi distribusi konten digital. Selain itu, kolaborasi dengan pelaku industri kreatif dan praktisi digital *Adobe Premiere Pro* juga dapat meningkatkan nilai aplikatif pelatihan serta membuka peluang kerja dan wirausaha digital bagi mahasiswa.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STIE Surakarta atas dukungan moral dan material dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Sebelas Maret atas dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh mahasiswa peserta pelatihan yang telah menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung.

Penghargaan juga diberikan kepada tim teknis dan panitia pelaksana yang telah bekerja keras dalam memastikan kelancaran kegiatan, mulai dari persiapan fasilitas hingga dokumentasi pelatihan. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan dan menjadi inspirasi bagi kegiatan serupa di masa mendatang.

Daftar Referensi

- Elder, R. S., Slejko, G., Dotson, J. P., & Pol, A. (2025). Designing Delicious: An Examination of Creative Attributes Driving Food, Beverage, and Restaurant Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising Research*, 65(1), 44–60. <https://doi.org/10.1080/00218499.2025.2464293>
- Khan, R., & Shalini. (2024). *Influencer Adobe Premiere Pro Evolution: Unveiling the Power of Data Analytics and AI for Strategic Campaign Excellence* (pp. 125–147). https://doi.org/10.1007/978-3-031-65727-6_8
- Liu, M. T., Wang, S. X., Loi, H. N., & Chen, Y. (2025). *High-Technology Application in Influencer Adobe Premiere Pro* (pp. 601–615). https://doi.org/10.1007/978-981-96-3081-3_39
- Mahalakshmi, S., Bharath, H., & Kautish, S. (2025). *The Social Media Playbook: Strategies for Building Brand Loyalty and Engagement* (pp. 181–200). https://doi.org/10.1007/978-3-031-82369-5_11
- Solberg Söilen, K. (2024). *The Video-First World: How Everything Is Video and Evaluated in Seconds* (pp. 209–217). https://doi.org/10.1007/978-3-031-69518-6_17
- Zhou, H., Sun, T., Zhu, K., Li, J., & Ito, N. (2024). ‘Are ad endorsements really annoying?’ The impact of advertising in short-form tourism videos on tourists’ information processing. *Current Issues in Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2371029>