
**“PELATIHAN APLIKASI *CAPCUT* DAN PENYULUHAN
PEMASARAN DIGITAL
(PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR”)**

Oleh:

**Indria Guntarayana¹
Ferida Asih Wiludjeng²**

Universitas Islam Blitar Blitar

Alamat: JL. Majapahit No.2- 4, Sananwetan, Kec. Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur
(66137).

Korespondensi Penulis: indriaguntarayana@gmail.com, wiludjeng02@gmail.com

Abstract. *The flower business sector, which is dominated by MSMEs in Blitar Regency, faces challenges in expanding market reach in the digital era. Limited skills in creating attractive visual content and effective digital marketing strategies are the main obstacles. The utilization of short promotional videos that are easy to make using applications such as CapCut is very relevant to increase product attractiveness and digital marketing effectiveness, especially through social media platforms.*

This community service aims to (1) analyze the level of understanding and initial skills of flower entrepreneurs related to video content creation using CapCut and digital marketing strategies, (2) carry out structured CapCut and digital marketing training, and (3) measure the impact of training on improving flower entrepreneurs' skills in creating creative promotional content and optimizing sales online. In this service, flower sellers in Blitar district were trained by Team Abdimas Fisipol Universitas Blitar using the CapCut application to create interesting video content.

The training results showed that all participants participated enthusiastically and successfully applied their video editing skills in practice. It is hoped that this training can assist florists in creating promotional videos, digital marketing content that is more effective and creative.

“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL (PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”

Keywords: *Capcut, Digital Marketing, Training.*

Abstrak. Sektor usaha bunga, yang didominasi oleh UMKM di Kabupaten Blitar, menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar di era digital. Keterbatasan keterampilan dalam pembuatan konten visual yang menarik dan strategi pemasaran digital yang efektif menjadi penghambat utama. Pemanfaatan video promosi singkat yang mudah dibuat menggunakan aplikasi seperti CapCut sangat relevan untuk meningkatkan daya tarik produk dan efektivitas *digital marketing*, terutama melalui platform media sosial.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk (1) menganalisis tingkat pemahaman dan keterampilan awal pengusaha bunga terkait pembuatan konten video menggunakan CapCut dan strategi *digital marketing*, (2) melaksanakan pelatihan CapCut dan *digital marketing* yang terstruktur, dan (3) mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan keterampilan pengusaha bunga dalam membuat konten promosi yang kreatif dan optimalisasi penjualan secara daring.. Dalam pengabdian ini, para penjual bunga di kabupaten Blitar dilatih Team Abdimas Fisipol Universitas Blitar menggunakan aplikasi CapCut untuk membuat konten video yang menarik.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa seluruh peserta berpartisipasi dengan antusias dan berhasil menerapkan keterampilan mengedit video mereka dalam praktik. Diharapkan pelatihan ini dapat membantu florist dalam menciptakan video promosi , konten pemasaran digital yang lebih efektif dan kreatif.

Kata Kunci: *Capcut, Digital Marketing, Pelatihan.*

LATAR BELAKANG

Saat ini penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) mendorong masyarakat untuk menggunakan segala sesuatu dengan menerapkan teknologi digital yang sudah ada. Teknologi digital menonjolkan semua kegiatan yang dilakukan melalui komputer atau perangkat digital, yang berjalan secara otomatis dan canggih, seperti yang ditunjukkan oleh munculnya smartphone dengan berbagai aplikasi cerdas. Berbagai aplikasi pada smartphone yang bisa digunakan untuk berkomunikasi masih terkait erat dengan penggunaan aplikasi media sosial, yang sangat populer di kalangan masyarakat

(Danuri, 2019). Seperti yang dikatakan dalam satu pendapat, teknologi membantu berbagai kegiatan manusia (Hasibuan & Asih, 2022). Salah satu teknologi yang ada adalah pengeditan video, yang sekarang menjadi bagian penting dari kehidupan, terutama bagi yang tertarik dan bekerja di bidang florist.

Salah satu tren populer adalah pengeditan video menggunakan aplikasi smartphone dimana Salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh pemula adalah CapCut. Di era digital saat ini, keterampilan pengeditan video semakin penting baik untuk keperluan pribadi maupun profesional. Sebuah video akan terlihat kurang menarik tanpa pengeditan yang baik (Aldiyanto, Handoko, Sabil, & Devania, 2023).

Ini terjadi karena proses pengeditan video melibatkan beberapa langkah, seperti memotong bagian tidak penting, menambahkan efek sesuai dengan tema, serta menambahkan suara latar. Pengeditan adalah proses mengatur dan mengorganisasi seluruh bagian rekaman menjadi satu adegan, lalu menyatukan semuanya menjadi cerita yang utuh. Oleh karena itu, tujuan dari pengeditan video adalah mempersembahkan cerita yang terstruktur dengan baik kepada penonton (Agustiono, Kusumastuti, & Suparwoto, 2017). Video merupakan media yang populer dan digunakan secara luas untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat (Nur Laila & Yanti, 2022).

Oleh karena itu, para Penjual bunga (Florist) di Blitar menekankan pentingnya untuk selalu memperhatikan perkembangan teknologi, termasuk di bidang multimedia dan pengeditan video.

Namun, banyak Penjual bunga masih belum memahami cara mengedit video menggunakan aplikasi yang kompatibel dengan teknologi terbaru. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pelatihan khusus, waktu terbatas untuk belajar mandiri, serta akses terbatas terhadap sumber daya yang memadai.

Pelatihan ini bertujuan untuk membantu Penjual bunga memahami proses pengeditan video. Pelatihan ini menyediakan materi berupa teori dan latihan praktis. Saat ini, berbagai aplikasi pengeditan video telah tersedia dan dapat diinstal di ponsel, sehingga membuat pengguna lebih mudah mengedit tanpa memerlukan alat tambahan. Salah satu aplikasi yang digunakan dalam pelatihan ini adalah Capcut, sebuah platform yang dikembangkan oleh ByteDance, Ltd.

Aplikasi ini dikenal karena antarmuka yang ramah pengguna serta berbagai fitur menarik. Capcut tersedia secara gratis untuk perangkat Android dan iOS, meskipun juga

“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL (PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”

menawarkan fitur berbayar melalui layanan berlangganan (Ardiansyah, M, & Riswanto, 2023). Capcut dilengkapi dengan berbagai fitur yang menarik dan mudah digunakan, sehingga sangat cocok untuk kebutuhan pengeditan video (Saragih et al., 2023; Firmansah et al., 2021). Hal ini didukung oleh penelitian Setyadi, Sardiarinto, Nugroho, & Perbawa (2024) yang menyatakan bahwa aplikasi ini populer karena fitur yang lengkap dan akses yang mudah (Setyadi, Sardiarinto, Nugroho, & Perbawa, 2024).

Melihat kemampuan dan kepraktisan aplikasi Capcut, tim pelaksana layanan masyarakat melakukan pelatihan editing video untuk para florist di Blitar, dengan fokus pada para florist itu sendiri. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat materi Pemasaran video yang interaktif dan relevan. Seperti yang telah diteliti sebelumnya, materi Pemasaran merupakan media yang mendukung proses belajar, baik secara mandiri maupun kelompok (Anggriani et al., 2022).

Dalam pelatihan ini, para Penjual Bunga florist diberikan penjelasan mengenai dasar-dasar editing video, mulai dari pengenalan fitur-fitur Capcut hingga praktik langsung dalam pembuatan video. Metode yang digunakan mencakup sesi teori dan praktik, sehingga peserta dapat secara langsung mengalami apa yang mereka pelajari serta menerima umpan balik langsung. Aplikasi Capcut dipilih karena memiliki fitur yang lengkap, yang mendukung kreativitas para *florist* dalam mengembangkan materi Pemasaran multimedia. Dengan keterampilan baru ini, para *Florist* dapat membuat video Pemasaran yang menarik, membagikannya di platform digital seperti Tik Tok, YouTube atau media sosial lainnya, serta mendukung proses belajar di luar jam kuliah (Firmansah, Jaya, & Seituni, 2021). Secara keseluruhan, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dasar multimedia para florist dan mempersiapkan mereka menghadapi tantangan pendidikan di era digital, sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kualitas Pemasaran serta mengembangkan potensi bisnis.

KAJIAN TEORITIS

Di era serba cepat ini, perpaduan antara kreativitas visual dan strategi pemasaran yang efektif adalah kunci keberhasilan bisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan para kreator konten. Pelatihan yang menggabungkan

kemampuan *video editing* praktis menggunakan aplikasi populer seperti CapCut dengan ilmu dasar Digital Marketing menjadi sangat relevan.

Digital Marketing

Digital Marketing (Pemasaran Digital) didefinisikan sebagai upaya pemasaran produk atau layanan yang menggunakan perangkat atau teknologi elektronik, terutama yang terhubung dengan internet.

- a. Teori Konsumen dalam Era Digital (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019)):

Teori ini berfokus pada pemahaman perilaku konsumen yang telah berubah drastis karena teknologi. Konsumen saat ini lebih mandiri, aktif mencari informasi, membandingkan ulasan, dan mengambil keputusan pembelian berdasarkan hasil pencarian serta rekomendasi media sosial.

Pemasar perlu memahami perjalanan konsumen (*Customer Journey*) secara digital, mulai dari kesadaran (*Awareness*), minat (*Interest*), pertimbangan (*Consideration*), hingga tindakan (*Action*), atau sering dikenal dengan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).

- b. Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) (Davis, F. D. (1989)):

TAM menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk menerima dan menggunakan teknologi baru. Dalam konteks pemasaran digital, ini terkait dengan seberapa mudah platform digital (seperti media sosial atau *e-commerce*) dirasakan oleh pengguna (*Perceived Ease of Use*) dan seberapa bermanfaatnya platform tersebut dalam mencapai tujuan (*Perceived Usefulness*).

Pemasar harus memastikan konten dan *channel* yang digunakan mudah diakses dan memberikan nilai yang jelas bagi konsumen.

- c. Content Marketing Theory (Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021):

Inti dari teori ini adalah menciptakan dan mendistribusikan konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang terdefinisi dengan jelas—dan pada akhirnya, mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan. Dalam konteks ini, video promosi yang dibuat dengan CapCut adalah salah satu bentuk konten bernilai yang didistribusikan melalui media digital.

“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL (PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”

CapCut: Senjata Kreatif untuk Digital Marketing

CapCut adalah aplikasi *video editing* seluler dan *desktop* yang populer berkat antarmuka yang intuitif dan fitur yang kaya, menjadikannya alat yang sempurna untuk memproduksi konten Digital Marketing yang dinamis.

1. Fungsi dan Keunggulan CapCut dalam Marketing

CapCut berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan narasi visual dan efisiensi produksi konten yang sesuai untuk berbagai platform media sosial:

Peningkatan Kualitas Visual: Memungkinkan penambahan efek, transisi, filter, dan grafik bergerak yang menarik perhatian audiens, sehingga meningkatkan *brand storytelling*.

Adaptasi Konten: Memudahkan penyesuaian rasio aspek video (16:9 untuk YouTube, 9:16 untuk TikTok/Reels, 1:1 untuk Instagram) agar konten fleksibel di berbagai *channel*.

Fitur Ramah Pengguna: Meskipun memiliki fitur canggih (seperti *Chroma Key* dan alat berbasis AI), antarmuka CapCut sangat mudah dipelajari oleh pemula (Perrin, J. W. (2020)).

2. Konsep Dasar Editing Video yang Relevan

Rowles, D. (2017) menjelaskan Pelatihan CapCut berfokus pada keterampilan teknis yang mendukung tujuan pemasaran yakni :

a) Memotong (*Split*) dan Menggabungkan Klip:

Konsep: Mengelola alur cerita yang padat dan cepat, memastikan video tidak bertele-tele dan mempertahankan durasi yang ideal (misalnya 7-15 detik untuk TikTok) sesuai dengan prinsip *engagement* media sosial.

b) Transisi dan Efek:

Penggunaan transisi yang mulus atau efek yang dramatis untuk menjaga perhatian penonton. Transisi yang efektif membantu perpindahan adegan tanpa membuat penonton merasa bosan atau bingung, sejalan dengan tujuan mempertahankan atensi (Attention) dalam model AIDA.

c) Teks dan Grafis Bergerak:

Memanfaatkan teks animasi untuk menyoroti poin kunci atau *Call-to-Action* (CTA) secara visual. dalam Digital Marketing, CTA yang jelas adalah elemen krusial untuk mengukur konversi.

d) Audio dan Musik:

Penggunaan musik latar yang sedang tren atau *sound effect* yang relevan untuk meningkatkan daya tarik emosional video. Musik yang tepat sangat memengaruhi *mood* video dan potensi viralitas di media sosial.

Integrasi Pelatihan: CapCut sebagai Tangan Kanan Digital Marketing

Perrin, J. W. (2020) juga menjelaskan bahwa Pelatihan CapCut dan Digital Marketing pada dasarnya adalah sinergi antara Strategi (Digital Marketing) dan Eksekusi (CapCut)

Tahap Pelatihan	Fokus Utama	Output/Manfaat
Teori Digital Marketing	Pemahaman konsumen, AIDA, dan 3C (Customer, Content, Channel).	Kemampuan merumuskan ide konten promosi yang strategis.
Pelatihan CapCut	Keterampilan teknis <i>editing</i> (potong, transisi, teks, audio, rasio).	Kemampuan memproduksi video promosi yang visualnya profesional dan menarik.
Studi Kasus & Praktik	Mengaplikasikan teori (misalnya, membuat video dengan CTA kuat untuk TikTok).	Konten yang siap diunggah dan sesuai standar platform digital.

Tabel 1. Hubungan Pelatihan Cup Cut dan Digital Marketing.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan video editing kepada penjual Bunga (Florist) Di Kabupaten Blitar.

**“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN
PEMASARAN DIGITAL
(PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”**

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal *12 Oktober 2025* dan menggunakan aplikasi Capcut sebagai alat utama untuk pengeditan video. Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan, tim pengabdian menggunakan tiga tahapan, yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan evaluasi. Penjabaran lebih rinci terkait tahapan-tahapan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

No	Tahpan	Aktivitas dan Sasaran Kegiatan
1	Tahap Persiapan	Tentukan audiens target dari pelayanan komunitas agar sesuai dan memenuhi kebutuhan mereka. Lakukan survei dan analisis kebutuhan untuk mengetahui pemahaman dan kebutuhan para florist mengenai pengeditan video. Siapkan materi pelatihan yang akan digunakan selama pelatihan pelayanan komunitas. Materi pelatihan akan membahas dasar-dasar pengeditan video dan fitur lanjutan di CapCut. Pastikan tersedia peralatan yang akan digunakan selama pelatihan, seperti laptop, ponsel, tablet, dan akses internet.
2	Tahan Pelaksanaan	Pengenalan kepada peserta dan penjelasan tujuan serta manfaat dari pelatihan Layanan Komunitas. Pengenalan aplikasi CapCut dan fitur utamanya agar peserta memahami bagian-bagian penting dalam aplikasi tersebut. Pengenalan dasar-dasar pengeditan video seperti memotong video, menambahkan efek, transisi, dan teks agar peserta memahami fitur dasar pengeditan video menggunakan aplikasi CapCut.

		Penjelasan pentingnya penggunaan alur cerita dan skrip dalam produksi video agar peserta memahami tahapan dalam proses pengeditan video. Latihan langsung menggunakan CapCut untuk mengedit video pendek agar peserta dapat menerapkan pengetahuan teoritis ke dalam praktik. Diskusi dan sesi tanya jawab akan dilakukan terkait pelatihan ini, sehingga peserta dapat menyampaikan tantangan yang ditemui selama pelatihan.
3	Tahap Evaluasi	Evaluasi pelatihan dilakukan untuk menilai efektivitas program dengan mengukur perubahan kemampuan para florist dalam mengedit video instruksional, baik sebelum maupun setelah pelatihan. Indikator keberhasilan program mencakup peningkatan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat lunak pengeditan video, pemahaman tentang cara membuat video instruksional yang menarik, serta peningkatan kepercayaan peserta dalam membuat konten Pemasaran berbasis video. Keberhasilan diukur melalui tes pra dan pasca pelatihan yang mengevaluasi keterampilan teknis peserta, serta kuesioner yang mengumpulkan tanggapan mengenai pengalaman pelatihan, kepuasan terhadap materi dan metode pengajaran, serta relevansi materi terhadap kebutuhan peserta. Dengan cara ini, evaluasi tidak hanya memberikan gambaran perubahan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memberikan wawasan mengenai aspek-aspek yang perlu diperbaiki dalam pelatihan masa depan.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL (PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”

Pelatihan ini ditujukan untuk para *Florist* di Kabupaten Blitar . Setelah menentukan target sasaran dan tempat pelaksanaan, tim pengabdian kemudian menyiapkan kebutuhan yang sesuai, seperti perangkat editing video yang akan digunakan. Alasan memilih *Florist* sebagai sasaran utama pelatihan ini adalah karena mereka pelaku bisnis bunga yang bersinggungan langsung dengan Pemasaran Digital . Mengingat pentingnya video sebagai media yang menyajikan gambar bergerak, suara, dan elemen lainnya, keterampilan mengedit video sangat relevan untuk mendukung kegiatan Pemasaran (Agustiningsih, 2015). Melalui pelatihan ini, diharapkan para *Florist* dapat memperoleh keterampilan praktis dalam mengedit video Pemasaran yang interaktif (Mesra et al., 2024).

Berdasarkan evaluasi awal, beberapa *Florist* belum mampu mengedit video Pemasaran yang interaktif, sehingga tim pengabdian merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Materi pelatihan yang diberikan mencakup pengenalan aplikasi CapCut, fitur-fitur utama aplikasi tersebut, antarmuka, dasar-dasar editing video, dan praktikum editing sederhana.

Kegiatan inti dimulai dengan memberikan pengenalan aplikasi CapCut. Tim pelaksana menjelaskan fitur utama yang terdapat dalam aplikasi tersebut, mulai dari cara mengunduh dan menginstal aplikasi, hingga berbagai fungsi dasar yang ada. Peserta diperkenalkan pada antarmuka aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami. Setiap *Florist* diberikan kesempatan untuk mengeksplorasi antarmuka CapCut yang memungkinkan mereka untuk mengimpor berbagai bahan video, gambar, dan suara yang akan digunakan dalam pembuatan materi Pemasarannya. .



Gambar 1. Pemberian Materi Kepada Peserta

Setelah diperkenalkan dengan aplikasi, pelatihan dilanjutkan dengan penjelasan mengenai teknik dasar pengeditan video, seperti memotong klip video, menggabungkan beberapa klip, serta menambahkan efek visual dan transisi antar klip agar hasil video terlihat profesional. Tim implementasi juga menunjukkan cara menambahkan teks, stiker, dan filter untuk mempercantik tampilan video dan membuatnya lebih menarik bagi bisnis. Belajar menambahkan audio, termasuk musik latar dan efek suara, juga penting untuk menciptakan video yang hidup dan menarik.

Selama pelatihan, para peserta diberikan kesempatan langsung untuk mempraktikkan setiap teknik pengeditan yang dijelaskan. Setiap florist bisa mencoba mengedit video mereka sendiri menggunakan aplikasi CapCut, dengan bimbingan langsung dari tim implementasi yang siap memberikan bantuan jika dibutuhkan. Tim implementasi menjelaskan secara langkah demi langkah cara menambahkan elemen seperti teks dan transisi antar klip agar alur video tetap halus. Para peserta juga diajarkan pentingnya memilih efek yang sesuai dengan materi pemasaran yang ingin disampaikan. Tim implementasi menekankan bahwa penggunaan efek yang berlebihan dapat mengurangi kualitas video, sehingga penting untuk memadukan efek dengan tema dan tujuan video.



Gambar 2. Tim Pelaksana Memandu Peserta Pelatihan

Selain itu, materi mengenai penggunaan alur cerita dan skrip dalam pengeditan video juga menjadi bagian penting dari pelatihan ini. Tim implementasi menjelaskan cara merancang alur cerita yang jelas agar video yang dihasilkan lebih terstruktur dan mudah dipahami oleh bisnis. Alur cerita berfungsi sebagai kerangka narasi yang memungkinkan

“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL (PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”

para Penjual bunga mengatur urutan video secara logis, sedangkan skrip berperan memberikan panduan teknis seperti dialog, instruksi suara, dan visual yang harus ada dalam setiap adegan. Dengan mengikuti alur dan panduan ini, peserta dapat memastikan video yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki pesan yang jelas dan konsisten.

Setelah sesi praktik selesai, tim implementasi mengevaluasi video yang dibuat oleh peserta.

Karya yang telah diedit oleh setiap Penjual bunga lalu dilihat untuk menilai pemahaman mereka terhadap materi yang diajarkan. Evaluasi ini juga bertujuan memberikan umpan balik konstruktif agar peserta dapat memperbaiki dan meningkatkan keterampilan pengeditan videonya. Selain itu, tim implementasi juga memberikan saran untuk meningkatkan kualitas video, seperti memilih efek yang lebih tepat, mengatur waktu transisi yang lebih halus, serta menampilkan teks yang lebih mudah dibaca.

Kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis dalam pengeditan video tetapi juga bertujuan mempersiapkan para Penjual bunga untuk memanfaatkan video sebagai media pemasaran yang lebih interaktif dan menarik.

Dengan keterampilan ini, diharapkan para Penjual dapat membuat materi pemasaran yang mampu memotivasi dan membantu bisnis memahami pelajaran dalam cara yang lebih menyenangkan. Kegiatan berakhir dengan sesi tanya jawab dan diskusi, di mana peserta dapat langsung menanyakan kesulitan yang mereka alami selama praktikum serta mendapatkan solusi dan penjelasan tambahan dari tim implementasi.

Selama pelatihan, semua peserta sangat antusias dalam mengikuti semua kegiatan.

Interaksi aktif antara peserta pelatihan dan tim implementasi komunitas menunjukkan bahwa pelatihan ini diterima dengan baik dan berhasil. Selain itu, keterampilan pengeditan video pemasaran para Penjual meningkat dibandingkan sebelum pelatihan. Total peserta pelatihan sebanyak 12 orang. Grafik di atas menunjukkan bahwa dari seluruh peserta, 58% mengalami peningkatan keterampilan pengeditan video

pemasaran, 25% tidak mengalami perubahan, dan 17% dari peserta yang telah menyelesaikan pelatihan belum mengalami peningkatan apa pun.



Gambar 3. Persentase Pemahaman Peserta

Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tersebut cukup efektif. Penelitian juga menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi dapat meningkatkan kompetensi praktis peserta, seperti yang dicatat oleh Aldowah (2019). Namun, 25% peserta tidak mengalami peningkatan, dan 17% lainnya merasa kemampuan mereka tidak berkembang. Hal ini mungkin disebabkan oleh perbedaan tingkat pemahaman dan keterampilan teknologi yang dimiliki peserta sebelum pelatihan. Temuan ini sesuai dengan teori konstruktivis Vygotsky, yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki zona perkembangan proksimal yang berbeda, yang memengaruhi cara mereka belajar. Mengadopsi teknologi baru juga membutuhkan waktu dan dukungan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu peserta.

Untuk meningkatkan hasil pelatihan di masa depan, beberapa langkah lanjutan perlu dipertimbangkan. Mentor individual atau kelompok kecil mungkin menjadi pendekatan yang lebih efektif bagi peserta yang kesulitan memahami materi. Dukungan yang lebih personal membantu peserta beradaptasi lebih cepat dengan teknologi (Aldowah, 2019). Selain itu, pengembangan materi pelatihan yang lebih inklusif, menggunakan contoh yang lebih praktis, serta menyesuaikan materi dengan tingkat pemahaman peserta, dapat memastikan semua peserta mendapatkan manfaat maksimal. Hal ini sesuai dengan prinsip pemasaran yang dijelaskan oleh Mayer (2014), yang menekankan pentingnya penyesuaian konten untuk meningkatkan pemahaman. Latihan berulang dan umpan balik konstruktif juga dapat memperkuat pemahaman peserta terhadap teknik pengeditan video yang telah mereka pelajari (Mayer, 2014). Akhirnya,

“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL (PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”

untuk mendalami keterampilan peserta, pelatihan lanjutan dengan tingkat kesulitan yang lebih tinggi dapat diberikan, sehingga peserta dapat menerapkan keterampilan yang telah mereka dapatkan pada tugas yang lebih kompleks, sesuai dengan teori pemasaran berbasis praktik (Brown et al, 2014).

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Cap Cut dalam Pelatihan Digital pemasaran menunjukkan kebutuhan penting akan pelatihan editing video. Hal ini terlihat dari antusiasme para penjual bunga. Selain itu, semua peserta mampu mengikuti praktik editing video secara efektif, yang secara tidak langsung meningkatkan keterampilan dan kreativitas mereka dalam mengedit video pemasaran. Sebelum program ini, beberapa penjual bunga masih belum paham cara mengedit video pemasaran interaktif. Pelatihan ini secara signifikan membantu para penjual bunga dalam membuat bahan ajar berupa video. Tim pelaksana menerapkan tiga metode untuk memastikan pelaksanaan berjalan lancar, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Ketiga metode tersebut memastikan pelaksanaan program Layanan Komunitas berlangsung terstruktur dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

DAFTAR REFERENSI

- Agus Setiono, M., Riwinoto, D., Studi, P., Multimedia, T., Jaringan, D., & Batam, P. N. (2015). Analisa Pengaruh Visual Efek Terhadap Minat Responden Film Pendek Eyes For Eyes Pada Bagian Pengenalan Cerita (Part 1) Dengan Metode Skala Likert. *Jurnal Komputer Terapan*, 1(2), 95– 108.
- Agustiningsih. (2015). Video Sebagai Alternatif Media Pemasaran Dalam Rangka Mendukung Keberhasilan Penerapan Kurikulum 2013 Di Sekolah Dasar. *Pedagogia*, 4(1), 50–58.
- Agustiono, T., Kusumastuti, D. N., & Suparwoto. (2017). Teknik Editing Dengan Mengoptimalkan
- Aldiyanto, H., Handoko, D., Sabil, A., & Devania, R. (2023). *Dasar Editing Capcut Untuk Media Sosial Bagi Bisnis Menengah Pertama (it Aulady)*. Prosiding Seminar Nasional Lppm Unj. Retrieved From [Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat](http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat)

- Aldowah, H. (2019). *Technology in education: A tool for enhancing learning and engagement. Journal of Educational Technology*, 15(2), 111-120.
- Anggriani, S. P., Jufri, A. W., Syukur, A., & Setiadi, D. (2022). *Pengembangan Materi Pemasarannya. Berbasis Video Kreatif Biologi Pada Materi Sistem Ekskresi Untuk Bisnis Kelas Xi Sma. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(1), 123–129. <https://doi.org/10.29303/Jipp.V7i1.430>
- Ardiansyah, M., M., M., & Riswanto. (2023). *Analisis Komparasi Ketertarikan Masyarakat Kota Batam Dalam Penggunaan Video Editor Capcut Dan Vn. Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(3), 91–
- Brown, P. C., Roediger, H. L., & McDaniel, M. A. (2014). *Make it stick: The science of successful learning. Belknap Press*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.)*. Pearson Education.
- Communnity Development Journal*, 5(3), 5381–5391.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Editing Untuk Meningkatkan Skill Dan Daya Saing MahaBisnis Pendidikan Di Dunia Kerja*.
- Firmansah, S., Jaya, F., & Seituni, S. (2021). *Pengembangan Video Pemasaran Dengan Aplikasi Capcut Pada Mata Pelajaran Desain Publikasi Materi Photoshop Dasar Bisnis Kelas Xi Jurusan Desain Komunikasi Visual Smk Al – Falah Pesanggrahan Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo. Jurnal Nasional Holistic Science*, 1(2), 21–24. <https://doi.org/10.30596/Jcositte.V1i1.Xxxx>
- Hasibuan, A. Z., & Asih, M. S. (2022). *Pelatihan Pengenalan Aplikasi Editing Video Sebagai Sarana Dakwah Di Youtube Bagi Pemuda/I Perumahan Pondok 6 T. Japamas*, 2022(1), 55–66. Retrieved From <https://jurnal.Unity-Academy.Sch.Id/Index.Php/Japamas55>
- Kontinuitas Gambar Dalam Produksi Features “Boyolali Tersenyum.” Akrab*, 2(2).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons*.

**“PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHAN
PEMASARAN DIGITAL
(PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR)”**

- Mayer, R. E. (2014). *The Cambridge handbook of multimedia learning*. Cambridge University Press.
- Mesra, R., Santa Monica, W., Ertami Anton, E., & Kesuma Sari, D. (2024). *Pelatihan Capcut Video*
- Perrin, J. W. (2020). *Video Marketing Strategy: Harness the Power of Online Video to Drive Brand Growth*. Wiley.
- Rowles, D. (2017). *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement*. Kogan Page.
- Nur Laila, K., & Yanti, S. M. (2022). Proses Editing Video Konten Pada Adobe Premier Pro Di Tv9 Nusantara Surabaya. *An-Nashiha : Journal Of Broadcasting And Islamic Communication Studies*, 2(2), 2022–2023. <https://doi.org/10.55352/An-Nashiha>
- Saragih, M., Wirianto, W., & Badjie, S. D. (2023). Implementasi Aplikasi Capcut Dalam Pembuatan Video Pemasaran Terhadap Florist-Florist Sd Bharlin School. *Publikasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Widya (Pundimaswid)*, 2(1), 1–10.
- Setyadi, H. A., Sardiarinto, Nugroho, W., & Perbawa, D. S. (2024). Penggunaan Aplikasi Capcut Untuk Menghasilkan Konten Video Kreatif Bagi Para Santri. *Jpkmn*, 5(2), 1841–1848