

Peningkatan Keterampilan Mahasiswa melalui Pelatihan Video Kreatif

Muhamat Arif Afandi^{1*}, Febriansyah², Trisusilo Raharjo³, Muhammad Ismail⁴, Lisa Arifuddin⁵

^{1,2,5}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Halu Oleo, Indonesia

^{3,4}Program Studi Jurnalistik, Universitas Halu Oleo, Indonesia

*Email Corresponding Author:

arifafandi@uh.o.ac.id

Receipt: 11 Desember 2025; Revision: 15 Desember 2025; Accepted: 19 Desember 2025

Abstrak: Perkembangan teknologi digital menuntut mahasiswa memiliki keterampilan dalam produksi konten video dan pemahaman strategi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo melalui sosialisasi dan pelatihan teknik pembuatan video kreatif serta strategi digital marketing. Pelatihan dilaksanakan melalui penyuluhan, demonstrasi video tutorial, praktik langsung, dan diskusi interaktif yang mencakup aspek pra-produksi, teknik pengambilan gambar, proses editing, serta strategi distribusi konten di media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kompetensi mahasiswa. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum mampu mengoptimalkan aplikasi editing video dan belum memahami konsep pemasaran digital secara efektif. Setelah pelatihan, mahasiswa menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengolah video, memilih elemen visual yang sesuai, serta menyesuaikan konten dengan target audiens. Mereka juga memahami strategi publikasi konten untuk meningkatkan jangkauan di media sosial. Meskipun demikian, kendala teknis seperti keterbatasan perangkat dan koneksi internet masih dialami sebagian kecil mahasiswa. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan pemahaman strategis mahasiswa dalam produksi konten.

Kata Kunci: Mahasiswa; Media Sosial; Pemasaran Digital; Produksi Konten; Video Kreatif

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam teknologi digital telah menghasilkan cara manusia memproduksi, menyampaikan, dan mengonsumsi informasi. Dalam konteks komunikasi modern, konten berbasis video menjadi format yang paling diminati karena mampu menyampaikan pesan secara lebih efektif, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Di lingkungan perguruan tinggi, kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan konten video kreatif dan menguasai strategi pemasaran digital menjadi keahlian penting yang mendukung keberhasilan komunikasi akademik maupun profesional. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dituntut tidak cukup hanya menguasai teori media dan komunikasi, melainkan juga dapat mengaktualisasikan keterampilan teknis seperti pra-produksi, pengambilan gambar, editing, dan distribusi konten melalui platform digital (Noetel et al., 2021).

Dalam konteks industri kreatif, permintaan terhadap tenaga muda yang kreatif dan kompeten dalam produksi video meningkat secara signifikan. Media sosial berbasis konten visual dan video, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah berkembang menjadi ruang utama distribusi konten yang memungkinkan kreator mencapai sasaran audiens yang besar dengan efisiensi biaya. Dalam konteks yang sama, digital marketing menjadi strategi kunci



dalam komunikasi pemasaran modern. Alalwan (2018) menegaskan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam membangun hubungan dengan audiens melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Oleh karena itu, mahasiswa sebagai generasi digital perlu mengembangkan keterampilan teknis dan strategis agar mampu beradaptasi dengan dinamika teknologi komunikasi yang terus berubah.

Kajian penelitian terdahulu menunjukkan relevansi dan urgensi pengembangan kompetensi ini. Farida (2024) menemukan bahwa pembelajaran berbasis proyek dalam pembuatan konten digital secara nyata meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memproduksi video kreatif yang sesuai dengan kebutuhan industri. Syabaruddin & Imamudin (2022) mengungkapkan bahwa literasi digital mahasiswa masih berada pada kategori rendah sampai sedang, terutama dalam aspek teknis seperti editing video dan pemanfaatan algoritma media sosial. Sementara itu, (Fahmi et al., 2025) menunjukkan bahwa konten kreatif yang diproduksi mahasiswa berperan penting dalam membangun citra institusi pendidikan, sekaligus menjadi media efektif dalam meningkatkan daya tarik kampus bagi calon mahasiswa baru. Di sisi lain, Shamsi et al. (2025) menegaskan bahwa penggunaan teknologi kreatif dalam pembelajaran meningkatkan keterlibatan, kreativitas, dan kesiapan mahasiswa memasuki dunia kerja.

Kajian-kajian tersebut menyoroti sejumlah celah penelitian, yaitu belum optimalnya integrasi pelatihan yang menggabungkan keterampilan produksi video kreatif dengan strategi pemasaran digital dalam satu model pembelajaran yang terstruktur dan berbasis praktik langsung. Selain itu, sebagian besar penelitian lebih berfokus pada digital marketing secara umum atau keterampilan editing secara terpisah, sehingga belum banyak kajian yang menganalisis efektivitas pelatihan yang menyatukan kedua kompetensi tersebut secara komprehensif dalam konteks pendidikan tinggi daerah.

Berdasarkan celah tersebut, artikel ini menegaskan kebaruan ilmiah berupa analisis terhadap pelatihan terintegrasi yang mengombinasikan kemampuan teknis produksi video dengan strategi pemasaran digital berbasis media sosial dalam satu pendekatan pelatihan praktis. Kebaruan ini terletak pada fokus kegiatan yang diarahkan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo melalui pengalaman praktik langsung (*hands-on training*) yang didukung oleh demonstrasi teknis, kolaborasi kelompok, dan analisis strategi distribusi konten digital. Pendekatan ini menawarkan kontribusi baru bagi pengembangan model pembelajaran komunikasi digital yang lebih aplikatif dan relevan dengan tuntutan industri kreatif.

Sejalan dengan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas pelatihan keterampilan dalam memproduksi konten video kreatif dan penerapan strategi promosi digital dalam meningkatkan literasi digital, keterampilan teknis produksi video, serta pemahaman mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo terhadap strategi distribusi konten digital. Selain itu, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pelatihan berbasis praktik yang mampu menjawab kebutuhan kompetensi mahasiswa dalam era komunikasi digital.

Lokasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Halu Oleo, sebuah lingkungan akademik yang menjadi pusat pembelajaran bagi mahasiswa dalam bidang komunikasi, administrasi publik, dan ilmu sosial. FISIP UHO dipilih sebagai lokasi PkM karena tingginya kebutuhan mahasiswa terhadap peningkatan keterampilan digital, khususnya dalam bidang pembuatan konten video kreatif dan strategi pemasaran digital yang relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini.

Di lokasi pengabdian, permasalahan utama yang teridentifikasi adalah rendahnya kompetensi mahasiswa dalam memproduksi video kreatif yang memenuhi standar teknis dan estetika komunikasi digital. Sebagian besar mahasiswa belum memahami tahapan produksi video secara komprehensif, mulai dari pra-produksi (perencanaan, penulisan naskah, storyboard), pengambilan gambar, hingga proses editing. Hal ini berimbas pada kualitas video yang dihasilkan, seperti pencahayaan yang kurang optimal, komposisi visual yang belum tepat, serta alur cerita yang tidak tersusun dengan baik. Selain keterbatasan teknis tersebut, mahasiswa juga mengalami kesulitan dalam memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital berbasis media sosial. Banyak dari mereka belum familiar dengan konsep algoritma platform digital, teknik optimasi konten, penentuan target audiens, serta pemilihan format video yang sesuai dengan karakteristik media sosial tertentu. Akibatnya, konten yang mereka hasilkan seringkali tidak mampu menjangkau audiens secara maksimal atau tidak sesuai dengan tujuan komunikasi pemasaran yang ingin dicapai.

Masalah lainnya berkaitan dengan aksesibilitas perangkat dan stabilitas koneksi internet, terlebih bagi mahasiswa yang berasal dari daerah yang menghadapi keterbatasan sumber daya digital. Perangkat yang tidak memadai untuk proses editing video dan koneksi internet yang kurang stabil menjadi hambatan signifikan dalam proses produksi dan pengunggahan konten digital. Kondisi ini turut mempengaruhi tingkat partisipasi dan kualitas hasil karya mahasiswa dalam kegiatan pengabdian. Di sisi lain, pemahaman mahasiswa mengenai prinsip dasar produksi video dan komunikasi visual juga masih terbatas. Banyak mahasiswa belum menguasai konsep dasar seperti framing, rule of thirds, transisi visual, penggunaan audio yang efektif, hingga elemen storytelling yang penting dalam sebuah konten video. Hal ini membuat video yang dihasilkan kurang menarik, kurang informatif, dan tidak memiliki daya tarik visual yang memadai untuk kebutuhan pemasaran digital.

Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan pentingnya pelatihan terstruktur yang tidak terbatas pada aspek kemampuan teknis pembuatan video, tetapi juga pada pemahaman strategis mengenai distribusi konten dan pemasaran digital. Melalui kegiatan PKM ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh keterampilan praktis dan teori dasar yang dibutuhkan untuk menghasilkan konten video kreatif yang profesional serta mampu bersaing dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif mahasiswa melalui penyuluhan, demonstrasi, dan praktik langsung dalam proses produksi video kreatif. Pelatihan dilaksanakan secara luring di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo pada November hingga Desember 2025, dengan total peserta sebanyak 43 mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya keterampilan digital dalam komunikasi modern, sejalan dengan temuan Simbolon et al., (2025) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis teknologi mampu meningkatkan kompetensi komunikasi dan literasi digital mahasiswa.

Sebelum pelaksanaan, tim pengabdian melakukan tahap persiapan berupa koordinasi dengan pihak fakultas, penyusunan materi produksi video, pembuatan instrumen evaluasi *pre-test* dan *post-test*, serta penyiapan perangkat pendukung pembelajaran seperti video tutorial dan contoh karya untuk demonstrasi. Peserta diwajibkan membawa smartphone atau laptop

pribadi untuk melakukan praktik perekaman dan penyuntingan video menggunakan aplikasi yang tersedia pada perangkat masing-masing, seperti CapCut, VN, atau Adobe Premiere untuk pemula.

Tahapan pelatihan meliputi penyuluhan mengenai konsep dasar produksi video mulai dari pra-produksi, teknik pengambilan gambar, pencahayaan, komposisi visual, hingga penyuntingan yang dilanjutkan dengan demonstrasi penggunaan aplikasi editing. Setelah itu, peserta melakukan praktik mandiri secara *real time* dengan pendampingan instruktur. Sesi diskusi interaktif turut diberikan untuk membahas berbagai kendala teknis maupun konseptual selama proses produksi. Selain itu, pemutaran video tutorial digunakan sebagai bagian dari metode pembelajaran, mengingat media video terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi dan kreativitas mahasiswa (Batubara et al., 2023).

Evaluasi pelatihan dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik editing, framing, *storytelling*, dan strategi pemasaran digital. Penilaian terhadap karya video mahasiswa menggunakan rubrik standar, sedangkan analisis data dilakukan secara deskriptif untuk melihat perkembangan kemampuan teknis dan pemahaman strategis peserta dalam produksi video kreatif serta distribusi konten digital.

Secara keseluruhan, melalui kombinasi teori, media video, demonstrasi, dan diskusi interaktif, kegiatan ini diharapkan mampu mengembangkan keterampilan teknis mahasiswa dalam produksi video, meningkatkan sensitivitas estetika dalam desain visual, serta memperkuat pemahaman mengenai strategi komunikasi dan pemasaran digital. Dengan demikian, kualitas komunikasi akademik maupun profesional mahasiswa diharapkan meningkat sesuai tujuan program pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan produksi video kreatif serta pemahaman digital marketing bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo memberikan hasil yang menunjukkan peningkatan kompetensi peserta secara signifikan. Dalam jangka pendek, pelatihan ini memperkuat pemahaman mahasiswa mengenai alur produksi video, mulai dari pra-produksi, proses perekaman, hingga tahap pascaproduksi yang meliputi penyuntingan dan pengemasan konten. Selain itu, mahasiswa juga memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi pemasaran digital, terutama dalam konteks pemanfaatan media sosial sebagai ruang distribusi konten. Dalam jangka panjang, temuan ini berimplikasi pada meningkatnya kesiapan mahasiswa menghadapi tuntutan industri kreatif serta kemampuan mereka menghasilkan konten audio-visual yang lebih profesional dan relevan dengan kebutuhan komunikasi publik.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemberian materi konseptual yang menjadi dasar bagi peserta sebelum memasuki tahap praktik. Dokumentasi kegiatan pada Gambar 1. memperlihatkan sesi pemaparan materi inti pelatihan, di mana pemateri menjelaskan aspek-aspek fundamental produksi video seperti teknik framing, komposisi visual, pencahayaan, alur storyboard, serta struktur narasi visual. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan dukungan slide visual, sehingga membantu mahasiswa memahami logika kerja produksi video secara terstruktur. Gambar tersebut menegaskan bahwa tahap konseptualisasi memiliki peran penting sebagai fondasi awal dalam mengembangkan keterampilan teknis mahasiswa.

**Gambar 1.** Materi Produksi Video**Gambar 2.** Presentasi Hasil Video Oleh Mahasiswa

Setelah memahami konsep dasar, mahasiswa mengikuti rangkaian praktik langsung untuk menerapkan teknik-teknik yang telah dipelajari. Proses internalisasi keterampilan tersebut tampak pada Gambar 2, yang menunjukkan sesi presentasi hasil video yang telah diproduksi oleh mahasiswa. Pada sesi ini, mahasiswa menampilkan karya mereka sekaligus menjelaskan proses kreatif yang mereka lakukan, termasuk pemilihan angle, pencahayaan, editing, penggunaan transisi visual, serta strategi penyusunan pesan komunikasi. Presentasi ini memperlihatkan peningkatan kemampuan mahasiswa dalam mengintegrasikan aspek teknis dan estetika secara lebih matang.

Untuk menilai perubahan kompetensi peserta secara objektif, dilakukan pengukuran *pre-test* dan *post-test*. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih memiliki keterbatasan baik dari sisi pengetahuan maupun keterampilan praktis, terutama pada pemahaman teknik pengambilan gambar, konsep storyboard, dan penggunaan aplikasi editing. Selain itu, keterbatasan perangkat dan stabilitas koneksi internet juga menjadi hambatan awal yang cukup berpengaruh terhadap kesiapan mereka dalam mengikuti pelatihan. Namun, setelah mengikuti sesi teori, praktik, dan demonstrasi langsung, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan pada hampir seluruh indikator kompetensi. Hal ini tercermin pada Tabel 1, yang memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman teknik editing, kemampuan pengambilan gambar, dan penguasaan konsep digital marketing setelah pelatihan.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Kemampuan Peserta

Aspek yang Diukur	Pre-test (%)	Post-test (%)
Pemahaman Teknik Editing Video	38	82
Teknik Pengambilan Gambar	35	78
Pemahaman Digital Marketing	30	74
Mengatasi Kendala Teknis	45	88

Sumber: Data Peneliti (2025)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pelatihan telah memberikan peningkatan signifikan terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengoperasikan aplikasi editing (CapCut, VN, Adobe Premiere pemula), memahami komposisi visual (framing, rule of thirds), serta menyusun storyboard. Temuan ini sejalan dengan Relawati et al., (2025) yang menegaskan bahwa media

berbasis visual dan praktik langsung mampu meningkatkan kemampuan produksi konten peserta secara substansial.

Selain peningkatan keterampilan teknis, peningkatan juga terjadi pada aspek konseptual, terutama kemampuan mahasiswa menyesuaikan gaya visual dengan target audiens. Pascapelatihan, sebanyak 73% mahasiswa mampu menentukan gaya editing, tempo visual, serta elemen grafis yang relevan dengan kebutuhan pesan komunikasi. Temuan ini sejalan dengan Bachtiar & Irasuti (2024) yang menyatakan bahwa literasi desain merupakan faktor penting dalam efektivitas komunikasi visual.

Di sisi lain, kegiatan ini juga menyatuhan pelatihan produksi video dengan pemahaman pemasaran digital. Hal ini memberikan nilai tambah dibandingkan beberapa penelitian terdahulu (Chairunisa & Hasibuan, 2024) yang umumnya fokus hanya pada pengembangan kreativitas atau kualitas konten tanpa integrasi strategi distribusi. Melalui kegiatan ini, mahasiswa mempelajari cara mengoptimalkan video melalui riset audiens, pemilihan platform, serta pengemasan konten untuk meningkatkan engagement digital.

Meskipun demikian, masih terdapat 12% mahasiswa yang mengalami kendala teknis seperti keterbatasan memori perangkat, keterbatasan fitur aplikasi, dan kurangnya pengalaman menggunakan perangkat lunak editing tingkat lanjut. Hal ini mengindikasikan perlunya pelatihan berkelanjutan sebagaimana direkomendasikan oleh Tran et al., (2022) yang menekankan pentingnya pembinaan berjenjang untuk meningkatkan keterampilan kreatif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan, yaitu peningkatan keterampilan teknis dan konseptual peserta dalam produksi video serta peningkatan pemahaman strategi digital marketing. Kegiatan ini juga relevan dengan capaian SDGs Tujuan 4 (Pendidikan Berkualitas) karena mendukung penguatan literasi digital dan kreativitas yang diperlukan dalam era industri kreatif.

Pembahasan

Pembahasan hasil dikaitkan dengan teori-teori dan atau bakumutu dan standar yang melandasinya. Pembahasan dapat disajikan dalam beberapa sub-judul sesuai yang ada pada bagian hasil.

Pembahasan hasil kegiatan ini dikaitkan dengan teori komunikasi visual, literasi digital, serta konsep digital marketing yang menjadi dasar pelaksanaan pelatihan. Secara umum, pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memproduksi konten video kreatif dan memahami strategi distribusi konten pada platform digital. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian dan teori yang relevan, sebagaimana dijelaskan dalam beberapa subbagian berikut.

Peningkatan Kompetensi Produksi Video

Hasil evaluasi pre-test dan post-test memperlihatkan adanya peningkatan signifikan pada aspek teknis produksi video, termasuk kemampuan menyusun *storyboard*, menentukan komposisi visual, memahami teknik *framing*, serta melakukan proses editing menggunakan aplikasi seperti CapCut, VN, dan Adobe Premiere tingkat dasar. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung (hands-on) efektif dalam membangun keterampilan produksi video mahasiswa.

Temuan tersebut konsisten dengan teori produksi media yang menekankan bahwa keterampilan visual tidak hanya diperoleh melalui penjelasan konseptual, tetapi juga melalui pengalaman praktik secara langsung. Relawati et al., (2025) menegaskan bahwa partisipasi

peserta dalam simulasi produksi dan aktivitas praktik memungkinkan terjadinya peningkatan kompetensi yang lebih signifikan dibandingkan metode ceramah semata. Hal ini terlihat dalam kegiatan ini, di mana mahasiswa menunjukkan pemahaman lebih kuat terhadap alur praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi setelah terlibat langsung dalam pembuatan video.

Penguatan Literasi Digital dan Strategi Distribusi Konten

Peningkatan pemahaman mahasiswa terkait digital marketing juga terlihat dari kemampuan mereka dalam menyesuaikan pesan visual dengan karakteristik target audiens serta memahami prinsip dasar distribusi konten di media sosial. Literasi digital yang mencakup kemampuan memilih platform, menentukan strategi unggahan (*posting strategy*), dan mengoptimalkan konten untuk meningkatkan *engagement* menjadi salah satu aspek penting dalam pelatihan ini.

Hasil ini sejalan dengan konsep literasi digital yang menekankan pemahaman terhadap audiens, pemilihan kanal komunikasi yang tepat, serta kemampuan mengolah pesan visual secara efektif. Bachtiar & Irasuti (2024) menjelaskan bahwa kemampuan desain visual dan pemahaman audiens merupakan faktor utama yang menentukan efektivitas komunikasi digital. Dalam kegiatan pelatihan ini, mahasiswa menunjukkan peningkatan pada aspek tersebut, terlihat dari kemampuan mereka menyesuaikan gaya editing, tempo video, serta pemilihan elemen visual sesuai tujuan komunikasi.

Tantangan Teknis dan Peluang Pengembangan

Meskipun pelatihan memberikan peningkatan signifikan, sebagian mahasiswa masih mengalami kendala teknis, terutama terkait keterbatasan perangkat, kapasitas memori, dan stabilitas penggunaan aplikasi editing. Kendala tersebut mengindikasikan bahwa pelatihan dasar belum sepenuhnya mampu mengakomodasi kebutuhan peserta yang memiliki keterbatasan perangkat maupun pengalaman teknis.

Temuan ini menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan dengan pendekatan bertahap. Tran et al., (2022) menekankan bahwa peserta dengan keterampilan teknis rendah membutuhkan program pelatihan berjenjang (*tiered training*) untuk mencapai kompetensi optimal. Oleh karena itu, kegiatan ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan dalam bentuk program mentoring, workshop lanjutan yang lebih terstruktur, serta modul pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) agar mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan secara berkelanjutan.

Selain itu, peluang pengembangan ke depan mencakup integrasi pelatihan dengan kegiatan mata kuliah terkait produksi media, penambahan sesi praktik intensif, serta kerja sama dengan pelaku industri kreatif sebagai upaya memperkaya pengalaman mahasiswa dalam memproduksi dan memasarkan video sesuai standar industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Halu Oleo atas dukungan penuh dalam pelaksanaan program ini melalui Surat Tugas Nomor 1926/UN29.23/AM/2025. Penghargaan yang mendalam juga disampaikan kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo, Prof. Dr. Eka Suaiib, M.Si., Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi serta Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada seluruh

mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UHO yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kontribusi dalam keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai keterampilan produksi video kreatif serta pemahaman strategi pemasaran digital bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan teknis dan pemahaman strategis mahasiswa dalam produksi konten digital. Hasil pengukuran pre-test dan post-test memperlihatkan adanya peningkatan yang berarti pada semua aspek kompetensi yang diukur, termasuk penguasaan editing video, teknik pengambilan gambar, pemahaman digital marketing, serta kemampuan mengatasi kendala teknis. Setelah mengikuti pelatihan, lebih dari 80% mahasiswa menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan aplikasi editing video dan menyusun alur produksi video yang lebih terstruktur dan komunikatif.

Meskipun pencapaian pelatihan sangat positif, sebagian mahasiswa masih menghadapi kendala teknis, terutama keterbatasan perangkat dan stabilitas jaringan internet. Hal ini menunjukkan perlunya pelatihan lanjutan serta pendampingan berkelanjutan agar mahasiswa dapat memperdalam keterampilan editing tingkat lanjut serta memahami strategi digital marketing yang lebih kompleks. Dengan demikian, keberlanjutan program melalui workshop lanjutan, mentoring, dan pembinaan komunitas kreator digital menjadi langkah strategis untuk mendukung peningkatan keterampilan mahasiswa secara berkesinambungan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam produksi video kreatif dan digital marketing, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kualitas pendidikan sesuai dengan tujuan SDGs Ke-4 (Pendidikan Berkualitas). Peningkatan keterampilan komunikasi digital mahasiswa diharapkan dapat menunjang keberhasilan akademik mereka sekaligus mempersiapkan mereka menghadapi tuntutan industri kreatif dan dunia profesional. Pelatihan lanjutan yang lebih terstruktur di masa mendatang akan memperkuat pencapaian ini serta membuka ruang bagi mahasiswa untuk terus mengembangkan kreativitas dan kemampuan digital mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>.
- Bachtiar, B., & Irasuti, I. (2024). Empowering Indonesian EFL Teachers: The Transformative Impact of Visual Literacy Training on Teaching Materials. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 23(8), 116–136. <https://doi.org/10.26803/ijter.23.8.7>.
- Batubara, K. Br., Natalia, C. H., & Khairina, Y. (2023). Designing Interactive Video as an Innovative Teaching Media for Enhancing Speaking Skills: Embracing the 4Cs in Higher Education. *REGISTER: Journal of English Language Teaching of FBS-Unimed*, 12(3), 249–256. <https://doi.org/10.24114/REG.V12I3.50991>.
- Chairunisa, H., & Hasibuan, H. S. (2024). The Impact of Digital Literacy on Indonesian Language Development. *Education Achievement Journal of Science and Research*, 332–244. <https://doi.org/10.51178/jsr.v5i2.1850>.

- Fahmi, A. R., Dwi Lugyn, Z., Fahrizal Mufti, M., & Ad, A.-S. (2025). Student Creativity on TikTok: Building Public University Image Through Digital Content. *Jurnal Multimedia Dan Teknologi Informasi (JATILIMA)*, 7(01), 119–123. <https://doi.org/10.54209/JATILIMA.V7I01.1043>.
- Farida, E. (2024). Implementation of Digital Marketing Learning to Develop Capabilities in Making Video Content Marketing. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7(1), 56–65. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v7i1.2598>.
- Noetel, M., Griffith, S., Delaney, O., Sanders, T., Parker, P., Del Pozo Cruz, B., & Lonsdale, C. (2021). Video Improves Learning in Higher Education: A Systematic Review. *Review of Educational Research*, 91(2), 204–236. <https://doi.org/10.3102/0034654321990713>.
- Relawati, D. K., Sudono, S., Sarifah, S., Dwirawati, S., Basirun, B., Karunianingsih, D. A., Gambrianto, K., Asiatun, S., & Mufadhol, M. (2025). Pelatihan Personal Branding dan Pembuatan Video Content sebagai Sarana Video Promosi Kreatif pada Masyarakat Desa Jlegong Pagerkukuh Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2), 87–98. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v4i2.5171>.
- Shamsi, S. A. F., Bukhari, S. T., Iqbal, S., Rehman, W., & Faridi, M. Z. (2025). The Impact of Emerging Technologies on Student Engagement, Creativity, and Career Readiness in Higher Education. *Social Science Review Archives*, 3(3), 796–810. <https://doi.org/10.70670/sra.v3i3.914>.
- Simbolon, B. R., Simamora, P. R. T., -, E. P., Sitorus, H. V. S. N., Ginting, E. A., & Aruan, R. V. (2025). Digital Communication Training to Improve Generation Z's Digital Literacy Skills. *Teumulong: Journal of Community Service*, 3(3), 105–113. <https://doi.org/10.62568/jocs.v3i3.66>.
- Syabaruddin, A., & Imamudin, I. (2022). Implementasi Literasi Digital Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Eduscience*, 9(3), 942–950. <https://doi.org/10.36987/jes.v9i3.3447>.
- Tran, K. N., Kudrowitz, B., & Koutstaal, W. (2022). Fostering Creative Minds: What Predicts and Boosts Design Competence in The Classroom? *International Journal of Technology and Design Education*, 32(1), 585–616. <https://doi.org/10.1007/s10798-020-09598-7>.