

Pelatihan Editing Video Dengan Capcut Untuk Digital Marketing PT. Asmar Nakama Partogi

Ega Shela Marsiani¹, Millati Izzatillah^{2*}, Nofita Rismawati³

¹Universitas Indraprasta PGRI, DKI Jakarta, egashela@gmail.com

²Universitas Indraprasta PGRI, DKI Jakarta, mizzatillah@gmail.com*

³Universitas Indraprasta PGRI, DKI Jakarta, novi.9001@gmail.com

*Penulis korespondensi

Abstrak

Naskah Artikel

Diajukan :

Ditinjau :

Diterima:

Kata kunci:

*Pelatihan,
Editing video,
Capcut,
Digital Marketing,*

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan karyawan PT. Asmar Nakama Partogi dalam bidang digital marketing melalui pelatihan editing video menggunakan aplikasi Capcut. Di era digital saat ini, konten visual seperti video menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling efektif untuk menjangkau konsumen secara luas dan menarik. Namun, keterbatasan kemampuan teknis dalam pembuatan dan pengeditan video sering kali menjadi kendala utama bagi pelaku usaha, terutama UMKM dan perusahaan berkembang. Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung yang berfokus pada dasar-dasar *editing* video, penggunaan fitur Capcut, serta penerapan strategi visual yang menarik dalam konteks pemasaran digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengedit video secara mandiri dan kreatif. Peserta juga mampu menghasilkan konten video pendek yang layak untuk dipublikasikan di platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan PT. Asmar Nakama Partogi dapat lebih optimal dalam memanfaatkan media digital untuk promosi produk dan jasa, serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Abstract

Keywords:

*Training,
Video editing,
Capcut
Digital Marketing*

This community service activity aims to improve the skills of PT. Asmar Nakama Partogi employees in the field of digital marketing through video editing training using the Capcut application. In today's digital era, visual content such as videos is one of the most effective marketing strategies to reach consumers widely and attractively. However, limited technical skills in making and editing videos are often the main obstacle for business actors, especially MSMEs and developing companies. This training is carried out using lecture methods, in-depth, and direct practice that focuses on the basics of video editing, the use of Capcut features, and the application of attractive visual strategies in the context of digital marketing. The results of this activity show an increase in participants' knowledge and skills in editing videos independently and creatively. Participants are also able to produce short video content that is worthy of being published on digital platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube. With this training, it is hoped that PT. Asmar Nakama Partogi can be more optimal in utilizing digital media to promote products and services, as well as increase the company's competitiveness in an increasingly competitive market.

PENDAHULUAN

PT. Asmar Nakama Partogi adalah sebuah perusahaan yang tengah berupaya meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digitalnya untuk memperkuat daya saing di era digital (Bangun & Purnama, 2022). Perkembangan pesat media sosial dan tren pemasaran digital telah menciptakan kebutuhan untuk konten visual yang menarik, konsisten, dan mampu menyampaikan pesan pemasaran secara efektif kepada audiens target (Saputro et al., 2025). Namun, tantangan yang dihadapi perusahaan adalah keterbatasan kemampuan desain grafis karyawan, yang berdampak pada kualitas konten visual yang dihasilkan (Awa & Hutomo, 2025). Selain itu, penggunaan perangkat lunak desain yang kompleks sering kali menjadi hambatan karena memerlukan keahlian teknis yang tidak dimiliki semua karyawan (Fitriyah Khoirunnisa'il, 2024).

Untuk mengatasi masalah tersebut, PT. Asmar Nakama Partogi merancang pelatihan video grafis menggunakan *Capcut*. *Capcut* dipilih karena kemudahan penggunaannya, fitur yang lengkap, serta kemampuan untuk membuat desain profesional tanpa memerlukan keahlian teknis yang tinggi (Susanto et al., 2024). Pelatihan ini bertujuan untuk membekali karyawan dengan keterampilan desain grafis yang relevan, sehingga mereka dapat menciptakan materi pemasaran digital yang lebih kreatif, menarik, dan sesuai dengan standar branding perusahaan (Ayu Nuryani & Munawaroh Munawaroh, 2024).

Tujuan Pelatihan Video Grafis Dengan *Capcut* Untuk Digital Marketing PT. Asmar Nakama Partogi (Siswanto et al., 2024):

1. Meningkatkan Kemampuan Desain Karyawan
Membekali karyawan dengan keterampilan dasar hingga lanjutan dalam video grafis menggunakan *Capcut*, sehingga mereka dapat membuat konten visual yang menarik dan profesional tanpa memerlukan keahlian teknis yang rumit.
2. Mendukung Strategi Pemasaran Digital
Menciptakan konten pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan digital marketing perusahaan, baik untuk media sosial, website, maupun kampanye pemasaran lainnya, guna meningkatkan efektivitas promosi dan branding.
3. Memperkuat Identitas Visual Perusahaan
Melatih karyawan untuk menghasilkan desain yang selaras dengan identitas visual perusahaan, sehingga seluruh materi pemasaran memiliki konsistensi visual yang kuat dan mudah dikenali oleh *audiens*.
4. Mempercepat Proses Pembuatan Konten
Mengoptimalkan waktu pembuatan konten dengan memanfaatkan fitur-fitur *capcut* yang *user-friendly*, sehingga karyawan dapat memproduksi materi desain lebih cepat dan efisien.
5. Mengurangi Ketergantungan pada Pihak Eksternal
Membangun kemandirian karyawan dalam menciptakan materi pemasaran tanpa harus bergantung pada desainer eksternal, yang dapat mengurangi biaya produksi konten.
6. Meningkatkan *Engagement Audiens*
Menghasilkan konten visual yang kreatif dan informatif untuk menarik perhatian audiens target, sehingga dapat meningkatkan engagement dan interaksi di berbagai platform digital.
7. Mendukung Inovasi dan Kreativitas Karyawan

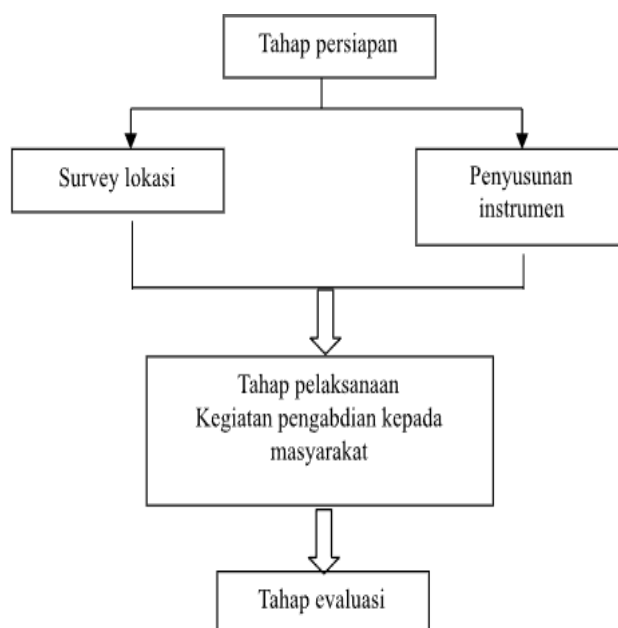
Mendorong karyawan untuk berinovasi dalam menciptakan desain yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar, serta memberikan ruang untuk mengeksplorasi ide ide baru dalam pemasaran digital.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi pengamatan (observasi), wawancara, dokumentasi, sosialisasi, pelatihan dan Monev (monitoring dan evaluasi)(Permatasari et al., 2025). Pengamatan (observasi) dan wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada di pada PT Asmar Nakama Partogi. Dokumentasi digunakan untuk mendukung kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kegiatan di isi dengan sosialisasi bersama staff PT. Asmar Nakama Partogi.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi(Amalia Almaidah Sabir et al., 2025).

1. Tahap pertama adalah tahap persiapan. Dalam tahap ini tim melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui kondisi target kegiatan dengan menganalisis kondisi tempat yang akan digunakan, kondisi peserta yang akan diberikan sosialisasi dan menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan.
2. Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan. Tim melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang editing vidio menggunakan aplikasi capcut.
3. Tahap ketiga adalah evaluasi. Evaluasi kegiatan ini dilakukan terhadap proses kegiatan. Evaluasi berkaitan selama kegiatan berlangsung dari tahap persiapan sampai tahap pelaksanaan, yang meliputi keadaan di Lokasi pabrik , antusias staff saat mengikuti kegiatan, dan saran atau kritik terhadap kegiatan tersebut. Dalam tahap evaluasi ini tim melakukan monitoring dan evaluasi untuk melihat perkembangan staff dalam menerapkan design grafis pada media sosial demi meningkatkan performa penjualan.



Sumber: Penulis (2024)

Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat

Pelatihan Editing Video Dengan Capcut Untuk Digital Marketing

PT. Asmar Nakama Partogi

Ega Shela Marsiani, Millati Izzatilla, Nofita Rismawati

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang dicapai dari pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan sesuai dengan alur yang sudah direncanakan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat. Tahapannya berupa pelaksanaan kegiatan ini melalui tiga tahapan yaitu, tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Tahap pertama adalah tahap persiapan. Dalam tahap ini tim melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui kondisi target kegiatan dengan menganalisis kondisi tempat yang akan digunakan, kondisi peserta yang akan diberikan sosialisasi dan menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan. Kami bertemu dengan Bapak Terry Fernando Roy S.Tr.T Selaku CEO dari PT. Asmar Nakama Partogi yang berlokasi di bantar gebang Bekasi.



Gambar 2. Izin survey dengan dengan bapak Terry

Bapak Tery menyampaikan bahwa kurangnya SDM yang dapat mempromosikan perusahaannya pada media sosial dan beberapa kendala dalam teknik digital marketing. Karyawan pun merasakan kebingungan dalam membuat editing vidio untuk mempromosikan produk yang dimilikinya. lagi merasakan kesulitan dalam melakukan promosi produknya.



Gambar 3. Produk pada PT. Asmar Nakama Partogi

**Pelatihan Editing Video Dengan Capcut Untuk Digital Marketing
PT. Asmar Nakama Partogi**

Ega Shela Marsiani, Millati Izzatilla, Nofita Rismawati

Perusahaan ini bergerak dibidang pelapisan paku baja, baut , dan lain sebagainya, berhubungan dengan finishing atau hasil akhir sebelum nantinya akan di distribusikan kembali pada konsumen untuk elektronik maupun untuk kontruksi. Kendala promosi menjadi hambatan , dimana sdm kurang memahami bagaimana proses mengedit vidio yang mudah dan menghasilkan vidio yang menarik (Alamsyah et al., 2025). Capcut menjadi sebuah solusi yang di tawarkan oleh tim kami, agar konten visual jauh lebih menarik dan mudah cara menggunakannya.

Setelah kami melakukan survai dan beberapa wawancara pada penanggung jawab perusahaan, kemudian kami masuk ke dalam inti acara yaitu penyampaian materi yang disampaikan oleh Ibu Nofita Rismawati, S.T., M.M.S.I, Ibu Millati Izzatillah, S. Kom., M.M.S.I dan Ibu Ega Shela Marsiani, M.Kom kepada 10 staff marketing PT. Asmar Nakama Partogi. Staff marketing begitu antusias dan melakukan diskusi kecil mengenai materi yang telah di sampaikan.

Kemudian setelah penyampaian materi, masuk ke dalam sesi tanya jawab dengan karyawan PT. Asmar Nakama Partogi dan diakhiri dengan foto bersama karyawan dan tim pengabdian masyarakat.



Gambar 4. Foto bersama staff PT. Asmar Nakama Partogi

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep digital marketing berbasis video serta keterampilan teknis dalam proses editing video terdapat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peserta Pelatihan

Aspek Evaluasi	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Memahami fungsi CapCut untuk digital marketing	30%	95%
Mampu melakukan editing video dasar	20%	90%
Mampu menambahkan teks, audio, dan transisi	10%	90%
Mampu membuat video promosi secara mandiri	10%	80%
Memahami strategi konten video untuk media sosial	20%	88%

Sumber: Hasil observasi dan evaluasi kegiatan, 2024.

**Pelatihan Editing Video Dengan Capcut Untuk Digital Marketing
PT. Asmar Nakama Partogi**

Ega Shela Marsiani, Millati Izzatilla, Nofita Rismawati

Berdasarkan hasil evaluasi pada Tabel 1, terlihat adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh aspek yang diukur. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki keterampilan editing video dan pemahaman mengenai pemanfaatan CapCut untuk kebutuhan digital marketing. Setelah pelatihan, lebih dari 80% peserta mampu membuat video promosi secara mandiri serta memahami penggunaan berbagai fitur pendukung seperti teks, audio, efek visual, dan transisi. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kompetensi digital peserta secara signifikan.

Tingkat kepuasan peserta pelatihan juga dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan

Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup
Materi mudah dipahami	70%	30%	0%
Pemateri menyampaikan materi dengan baik	70%	20%	10%
Pelatihan sesuai kebutuhan pekerjaan	80%	20%	0%
CapCut mudah digunakan	60%	30%	10%
Pelatihan bermanfaat untuk digital marketing	90%	10%	0%

Sumber: Hasil observasi dan evaluasi kegiatan, 2024.

Hasil tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa pelatihan memperoleh respons yang sangat positif. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan pekerjaan mereka. Selain itu, aplikasi CapCut dinilai mudah digunakan sehingga dapat membantu proses pembuatan konten promosi secara lebih cepat dan efisien. Tingginya tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan kemampuan digital marketing karyawan PT. Asmar Nakama Partogi.

Pembahasan

Pelatihan penggunaan CapCut terbukti menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan kompetensi digital marketing karyawan PT. Asmar Nakama Partogi. Kemudahan penggunaan aplikasi CapCut memungkinkan peserta yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman editing video dapat memahami proses pembuatan konten dalam waktu yang relatif singkat.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian (Saputro et al., 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan CapCut dapat membantu pelaku usaha menghasilkan konten pemasaran digital yang lebih menarik dan meningkatkan efektivitas promosi melalui media sosial. Selain itu, temuan ini juga mendukung penelitian (Susanto et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan video menggunakan CapCut mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam memproduksi konten digital secara mandiri.

Dari perspektif digital marketing, penggunaan video promosi memberikan peluang yang lebih besar dalam meningkatkan engagement audiens dibandingkan penggunaan media promosi statis. Konten video mampu menyampaikan informasi produk secara lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami sehingga dapat membantu perusahaan memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing di era digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan sumber daya manusia di PT. Asmar Nakama Partogi, khususnya dalam bidang pembuatan konten digital dan pemasaran berbasis media sosial. Keberhasilan pelatihan ini menunjukkan bahwa penguasaan aplikasi editing video yang mudah digunakan

seperti CapCut dapat menjadi salah satu strategi pengembangan kompetensi digital yang efektif bagi perusahaan.

PENUTUP

Pelatihan *Editing Video* dengan *CapCut* untuk *Digital Marketing* yang diberikan kepada PT. Asmar Nakama Partogi telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memproduksi konten video yang menarik dan relevan untuk keperluan pemasaran digital. Melalui pendekatan praktis dan aplikatif, para peserta mampu menguasai teknik dasar hingga lanjutan dalam menggunakan aplikasi *CapCut*, mulai dari pemotongan klip, penambahan efek, transisi, teks, hingga optimalisasi untuk berbagai *platform* media sosial. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat kapasitas SDM dalam bidang konten kreatif, tetapi juga membuka peluang baru bagi perusahaan untuk meningkatkan *visibilitas brand* secara *digital*. Kolaborasi antara tim pelaksana abdimas dan pihak PT. Asmar Nakama Partogi menunjukkan bahwa pelatihan semacam ini sangat relevan dan dibutuhkan dalam era pemasaran berbasis *media digital* saat ini..

Pelatihan ini sebaiknya dilanjutkan dengan kegiatan lanjutan yang lebih mendalam, mencakup strategi konten, pemanfaatan *tren* media sosial, dan analisis efektivitas video dalam *digital marketing*. Untuk hasil yang berkelanjutan, perusahaan perlu menyediakan sesi pendampingan atau konsultasi teknis pasca-pelatihan serta melakukan evaluasi berkala terhadap konten yang dihasilkan. Selain itu, dukungan sarana produksi seperti perangkat rekam, pencahayaan, dan akses perangkat lunak perlu ditingkatkan guna menunjang kualitas hasil *editing*

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, R. Y. rakhman, Sardjono, & Nurfalah, M. Z. (2025). Pemanfaatan Konten Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Dalam Agribisnis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 4(1), 37–41. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i1.139>
- Amalia Almaidah Sabir, A., Sutomo, M., Zahara, Z., & Wanti, S. (2025). Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Branding Umkm Eyo Sebagai Strategi Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah MEA(JIMEA)*, 9(1), 1057–1069.
- Awa, A., & Hutomo, Y. P. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Creative Digital Marketing sebagai Media Promosi Produk UMKM Menggunakan Canva dan CapCut. *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 40–60. <https://doi.org/10.30997/ejpm.v6i1.16287>
- Ayu Nuryani, & Munawaroh Munawaroh. (2024). Optimalisasi Digital Marketing melalui Aplikasi Digital : Usaha UMKM Olahan Laut dan Pariwisata Kampung Nelayan Desa Salira. *ASPIRASI : Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 3(1), 33–41. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v3i1.1307>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Fitriyah Khoirunnisa'il. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Capcut Untuk Pembuatan Konten Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Annur Pungging Mojokerto. *Jurnal Abdimas Al Hidayah*, 2, 1–7.

- Permatasari, I., Yulianti, E., Ramadhan, M., & Jambak, M. I. (2025). Peningkatan Konten Promosi Digital pada Usaha Alanaya Bakery dengan Aplikasi Capcut. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 8, Issue 1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Saputro, A. H., Tawaqal, R. S., Recky, R., Siddiq, A. M., & Muttaqin, R. (2025). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Capcut Versi Web Dalam Pembuatan Konten Marketing Bagi Para Pengrajin Sepatu Di Komunitas Sepatu Cibaduyut. *Jurnal Abdi Insani*, 12(4), 1559–1574. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i4.2399>
- Siswanto, R., Dewintari, P., Ramadhan, A., Rahmat, S., Mujur, M., Alfira Sari, N., & Annisa Rajiman, N. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan Canva, Capcut dan Website untuk Anggota Pokdarwis Buntu Todan. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(4), 1307–1315. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2014>
- Susanto, E. B., Christianto, P. A., & Darmawan, W. (2024). Pengembangan Kemampuan Umkm Dalam Memproduksi Konten Video Melalui Capcut Sebagai Strategi Pemasaran Digital Di Media Sosial. *Servirisma*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.21460/servirisma.2025.51.92>