

**PELATIHAN PEMBUATAN DAN PEMANFAATAN
REELS VIDEO INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN PEMASARAN PRODUK/BRAND KOPI ARABIKA KALIANGKRIK
JAVA COFFEE DI DESA NGAWONGGO, DUSUN PENGKOL, KECAMATAN
KALIANGKRIK, KABUPATEN MAGELANG**

**LAPORAN
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)
KARYA SENI**



Ketua

Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198010122008011010

Anggota :

1. Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.
NIP. 198109072006042002
2. Roudlotul Jannati Rochnadia Noorva Yudhitya, S.E., M.M
NIP. 199011072022032004
3. Faisal Hakim
NIM : 211481022
4. Jahfal Muhammad Rabbani
NIM : 211481010

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor : SP DIPA-.../2023
Tanggal2022
Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan,
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat
Tematik Individu
Nomor : .../IT6.1/PM/2023

**INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA
NOVEMBER 2023**

**PELATIHAN PEMBUATAN DAN PEMANFAATAN
REELS VIDEO INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DAN PEMASARAN PRODUK/BRAND KOPI ARABIKA KALIANGKRIK
JAVA COFFEE DI DESA NGAWONGGO, DUSUN PENGKOL, KECAMATAN
KALIANGKRIK, KABUPATEN MAGELANG**

**LAPORAN
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)
KARYA SENI**



Ketua

Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198010122008011010

Anggota :

1. Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.
NIP. 198109072006042002
2. Roudlotul Jannati Rochnadia Noorva Yudhitya, S.E., M.M
NIP. 199011072022032004
3. Faisal Hakim
NIM : 211481022
4. Jahfal Muhammad Rabbani
NIM : 211481010

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor : SP DIPA-.../2023
Tanggal2022
Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan,
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat
Tematik Individu
Nomor : .../IT6.1/PM/2023

**INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA
NOVEMBER 2023**

DAFTAR ISI

Halaman Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Daftar Isi	iii
Abstrak	iv
Daftar Gambar	v
Daftar Tabel	vi
BAB I. PENDAHULUAN	1
BAB II. METODOLOGI PELAKSANAAN	5
BAB III. PELAKSANAAN KEGIATAN	7
BAB IV. KESIMPULAN	11
DAFTAR PUSTAKA	12
LAMPIRAN-LAMPIRAN	13



ABSTRAK

Pada tahun 2018 kelompok tani Mekar Lestari mencoba mengolah kopi dengan orientasi mutu. Petani mulai mempelajari proses pasca panen dengan mulai memetik hanya biji kopi yang sudah matang/merah yang dipetik. Hal ini berdampak pada kenaikan harga kopi. Pada akhir musim panen tahun 2018 diperoleh total 9.000 kg. Pada bulan Agustus 2019, total 16.000 kg diperoleh dari petani, peningkatan yang hampir signifikan dalam peningkatan hasil kopi. Hingga saat ini kopi Arabika yang dikembangkan di Desa Ngawonggo menjadi salah satu ciri khas desa tersebut. Berkat konsistensi petani dan pengolahan pasca panen, kopi yang awalnya hanya ditanam warga di Desa Ngawonggo akhirnya membawa manfaat bagi desa sekitarnya. Petani dari 5 desa tetangga turut serta membawa hasil panen kopi ke Desa Ngawonggo untuk diolah. Mereka berasal dari Desa Adipuro, Desa Munggangsari, Desa Kaliangkrik, Desa Mangli, dan Desa Sutopati. Dari sinilah lahirnya brand Kopi Arabika Kaliangkrik Java Coffee sebagai identitas dan merek dagang salah satu daerah penghasil kopi terbaik di Indonesia. Karena mempunyai dampak yang signifikan terhadap desa-desa lain, maka kopi yang berasal dan diolah di Desa Ngawonggo kemudian berkembang menjadi “merek” yang mengikutsertakan asal daerah (kabupaten), yaitu “Kopi Kaliangkrik”. Pelibatan generasi muda yang dilakukan oleh kelompok tani Mekar Lestari merupakan salah satu upaya mendorong program revitalisasi pertanian di Kecamatan Kaliangkrik. Program ini bertujuan untuk mewujudkan upaya revitalisasi pertanian melalui tanaman kopi khususnya kopi arabika yang tumbuh di desa-desa di Kecamatan Kaliangkrik. Harapan hasil yang ingin dicapai dalam program ini adalah partisipasi aktif masyarakat sebagai subjek dalam upaya meningkatkan perekonomian melalui produktivitas kopi. Selain itu, kemandirian petani dalam mengelola upaya promosi dan pemasaran melalui video reels Instagram produk kopi ke desa-desa berdaya menjadi tujuan utama program ini. Gagasan lain yang tidak kalah pentingnya adalah memberikan nilai tambah (creating added value) pada produk pertanian kopi dengan merek Kaliangkrik Java Coffee yang dilakukan oleh kelompok tani Mekar Lestari.

Kata kunci: kopi, Kaliangkrik, Instagram, video reels.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pelibatan Kaum Muda sebagai Petani Kopi Modern
di Desa Ngawonggo

1



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Identifikasi Permasalahan dan Solusi Pemecahan Masalah
dalam PKM Karya Seni

9



BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

A.1. Potensi Desa Ngawonggo sebagai Desa Penghasil Kopi dengan Rintisan Brand Kopi Arabika Kaliangkrik Java Coffee.

Kabupaten Magelang, Propinsi Jawa Tengah merupakan salah satu wilayah yang subur di Indonesia. Letak geografis yang dikelilingi oleh pegunungan membuatnya kaya akan produk pertanian berupa sayur-mayur, buah-buahan dan bunga. Akan tetapi, berbeda dengan salah satu wilayah di Kabupaten Magelang, yakni Desa Ngawonggo, Dusun Pengkol, Kecamatan Kaliangkrik. Desa yang terletak di kaki Gunung Sumbing dengan bentang alam yang indah ini, produk pertanian kopi jenis arabika dapat tumbuh dengan baik di ketinggian 1500-an M.Dpl. Tanaman kopi bukannya tanpa sengaja ditanam di sini oleh para petani. Kopi hadir sebagai pengganti tanaman tembakau yang kala itu sempat menjadi tanaman pokok. Akibat permainan harga oleh tengkulak dan kondisi cuaca yang tidak menentu, hasil panen tembakau tidak bisa diandalkan sebagai mata pencaharian pokok selain tanaman sayur-mayur. Untuk itu, kopi hadir sebagai upaya “revitalisasi” pertanian sebagai ujung tombak dalam peningkatan ekonomi warga yang dilakukan oleh Kelompok Tani *Mekar Lestari*.

Pada tahun 2018 kelompok tani *Mekar Lestari* mencoba untuk mengolah kopi dengan berorientasi pada kualitas. Para petani mulai belajar pengolahan pascapanen dengan mulai melakukan pemetikan hanya pada biji kopi yang sudah matang/petik merah. Hal ini berdampak pada kenaikan harga kopi. Akhir musim panen tahun 2018 total didapatkan 9.000 kg. Pada bulan Agustus 2019 didapatkan total 16.000 kg dari para petani, hampir terjadi peningkatan yang signifikan terhadap kenaikan hasil panen kopi. Sampai saat ini, kopi arabika yang telah dikembangkan di Desa Ngawonggo telah menjadi salah satu ciri khas dari desa tersebut. Berkat konsistensi petani dan pengolahan pascapanen, kopi yang awalnya hanya ditanam oleh warga di Desa Ngawonggo, akhirnya membawa kebermanfaatan terhadap desa-desa disekitarnya. Petani dari 5 desa tetangga ikut bergabung, dengan membawa hasil panen kopi ke Desa Ngawonggo untuk di olah. Mereka berasal dari Desa Adipuro, Desa Munggangsari, Desa Kaliangkrik, Desa Mangli dan Desa Sutopati. Dari sinilah brand Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee* dirintis sebagai identitas sekaligus merek dagang salah satu daerah penghasil kopi terbaik di Indonesia.

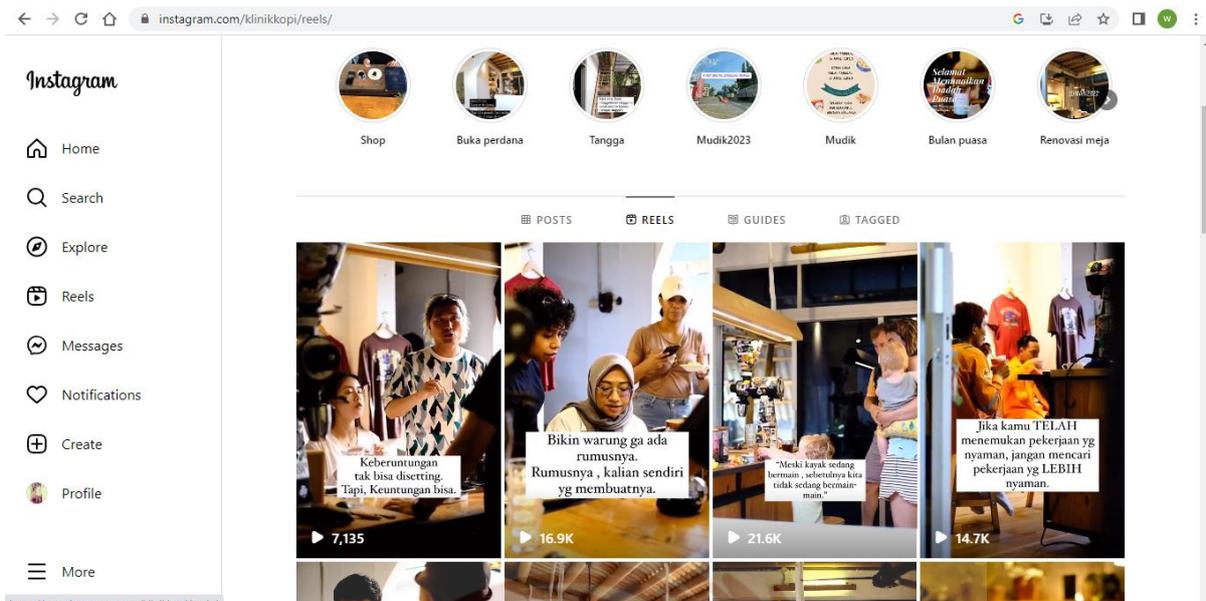


Gambar.1. Pelibatan Kaum Muda sebagai Petani Kopi Modern di Desa Ngawonggo
(Sumber : Rinto, S.Kom, 2023)

Karena berdampak cukup signifikan terhadap desa-desa lain, kopi yang berasal dan diolah di Desa Ngawonggo ini kemudian berkembang menjadi sebuah “*brand*” dengan menyertakan asal daerah (kecamatan), yakni “Kopi Kaliangkrik”. Pelibatan anak-anak muda yang dilakukan oleh kelompok tani Mekar Lestari ini merupakan upaya dalam mendorong program revitalisasi pertanian di Kecamatan Kaliangkrik. Program ini bertujuan mewujudkan upaya revitalisasi pertanian melalui tanaman kopi, terutama kopi jenis arabika yang tumbuh di desa-desa di Kecamatan Kaliangkrik. Harapan dari hasil yang akan dicapai dalam program ini adalah peran serta aktif masyarakat sebagai subyek dalam upaya peningkatan ekonomi melalui produktivitas kopi. Selain itu, kemandirian petani dalam tata kelola usaha promosi dan pemasaran produk kopi menuju desa berdaya adalah tujuan utama dari program ini. Gagasan lain yang tidak kalah penting adalah memberi nilai tambah (*creating value add*) pada produk pertanian kopi dengan *brand* Kopi Kaliangkrik *Java Coffee* oleh kelompok tani *Mekar Lestari* ini dapat terwujud.

A.2. Peluang Pemanfaatan Reels Video Instagram sebagai Konten Promosi Brand Kopi Kaliangkrik.

Menurut data yang dirangkum dari buku *Jago Jualan di Instagram* (2014) dan *IDwebhost* (2019), semenjak kehadirannya, *Instagram* sudah mengalami banyak perkembangan. Dari yang awalnya sebagai *platform* untuk berbagi gambar, *Instagram* menjadi *platform* bagi pembuat video dengan fitur durasi video lebih dari 60 detik. Hal ini dapat dilihat pada reels video yang terdapat pada fitur *Instagram*.



Gambar. 2. Beberapa Contoh Tampilan *Reels* Video
(Sumber : *Screen Capture* Instagram Klinik Kopi, 5 Juni 2023)

Fitur ini bisa dibilang merupakan salah satu cara yang bisa dimanfaatkan oleh para “pemegang” *brand* dan pengguna *Instagram* untuk membuat video bagi *follower* mereka. Fitur tersebut dibuat dengan format yang sama dengan *IG Story*, bedanya hanya ada di durasi video. *Reels* video mempunyai format vertikal. Dengan semakin dikenalnya *reels* video pada fitur *Instagram*, maka hal ini dapat membantu strategi marketing para pemegang *brand* untuk menambah jangkauan *audience* yang lebih luas melalui media sosial.

Instagram merupakan *platform* media sosial yang populer dan salah satu saluran pemasaran paling penting serta paling kuat di era sekarang. Jika dilihat perkembangan *Instagram* dari awal sampai sekarang, kita akan melihat sesuatu yang berbeda pada *platform* ini. *Instagram* menyukai pemasaran *brand* kecil dan pada kenyataannya, saat ini cukup banyak peningkatan dari perusahaan kecil di *Instagram*.. Inilah mengapa *Instagram* menjadi salah satu saluran distribusi konten terbaik untuk perusahaan/*brand* kecil.

Pemanfaatan *Instagram* oleh kelompok tani Mekar Lestari sudah dimulai sejak 5 April 2018. Namun, konten pada *Instagram* dengan akun *kopi_arabika_magelang* ini hanya terfokus pada media pendokumentasian dan publikasi kegiatan kelompok tani saja. Berangkat dari hal ini sangatlah perlu kiranya bahwa pemanfaatan media sosial seperti *reels video* dalam upaya tata kelola usaha promosi dan pemasaran produk kopi dengan *brand* Kopi Arabika Kaliangkrik Java Coffee ini sangat berpeluang untuk dilakukan.

Untuk itu, melalui program pengabdian kepada masyarakat kekaryaannya dengan pemberdayaan kelompok tani Mekar Lestari melalui brand Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee* sebagai pelaku dalam pelatihan pembuatan *reels* video *Instagram* ini mempunyai potensi besar dalam upaya menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, usaha percepatan dan pemasaran produk kopi dengan *brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee* melalui *reels* video ini dilakukan.

B. Permasalahan Mitra adalah :

Saat ini, belum adanya kegiatan promosi dan pemasaran melalui *reels* video *Instagram* yang dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana pemasaran produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee* oleh kelompok tani Mekar Lestari. Solusi yang ditawarkan menitik beratkan pada pendampingan, pengelolaan dan pengembangan kegiatan promosi dan pemasaran melalui *reels* video *Instagram*. Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diidentifikasi menjadi beberapa permasalahan pokok, yaitu ;

1. Belum memiliki pengetahuan pengelolaan dan pengembangan kegiatan promosi dan pemasaran melalui *reels* video *Instagram*.
2. Belum adanya pengelolaan dan pengembangan kegiatan promosi dan pemasaran melalui *reels* video *Instagram* sebagai salah satu potensi penguatan sebuah produk/*brand*.

BAB II

METODE PELAKSANAAN

A. Solusi yang Ditawarkan

Pelatihan yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kegiatan promosi dan pemasaran melalui *reels* video *Instagram* yang dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana pemasaran produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*. Hal ini perlu, untuk upaya percepatan pemasaran produk kopi melalui video *reels* video di *Instagram* ini.

Untuk mewujudkan terlaksananya kegiatan tersebut, maka pelaksana program dan mitra dampingan membangun sebuah komitmen kerjasama dengan melakukan distribusi pembagian kerja sebagai berikut ;

A.1. Bagi mitra dampingan :

- a. Menyediakan fasilitas dan tempat yang dibutuhkan dalam pelatihan ini.
- b. Mitra Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee* sanggup menjadi peserta pelatihan.

A.2. Bagi pelaksana program :

- a. Menyusun dan menyediakan materi pelatihan.
- b. Melakukan pelatihan dan pendampingan kegiatan.
- c. Menyediakan peralatan pendukung pelatihan.

A.3. Tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan dalam pelatihan adalah :

- a. Pelatihan pemetaan dan pengembangan ide cerita sebagai konten materi dalam iklan *reels* video *Instagram* sebagai konten promosi dan pemasaran produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*.
- b. Pelatihan pendokumentasian dan pengelolaan arsip audio-visual dengan menggunakan perangkat kamera foto dan video (dalam hal ini telepon genggam/*HP*) yang kemudian dimediakan melalui akun *Instagram* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*.

B. Target Luaran

Target Luaran dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat kekaryaan ini adalah sebagai berikut ;

1. Adanya reels video *Instagram* yang informatif yang mempunyai konten materi promosi dan pemasaran produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*.
2. Dikenalnya produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee* secara luas oleh masyarakat Indonesia, bahkan dunia melalui jejaring media sosial *Instagram*.
3. Selain luaran tersebut di atas, kegiatan ini juga akan menghasilkan luaran berupa publikasi ilmiah pada **Jurnal Nasional ber-ISSN**, publikasi pada media cetak/*online*, serta **HAKI** sebagai peningkatan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan.



BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

Berdasarkan rencana capaian/luaran yang sudah ditetapkan pada Bab sebelumnya, maka untuk mencapai tujuan/capaian dibagi menjadi beberapa tahapan. Tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Melakukan kegiatan literasi terhadap bentuk *reels* video *Instagram* dengan konten promosi dan pemasaran sebagai awal penyelarasan program. Dimulai dengan perencanaan pembuatan konten hingga perencanaan tayang pada media *Instagram*.
2. Pelatihan dan pembuatan *reels* video *Instagram* penguatan produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*, kemudian dilakukan evaluasi dengan melihat kekurangan dan kelebihan isi/konten informasi yang akan disampaikan.
3. Hasil video marketing melalui *reels* video *Instagram* berupa konten promosi dan pemasaran dimintakan pendapat, masukan dan saran dari beberapa pihak (mitra terkait) dalam bentuk *Fosuc Group Discussion (FGD)*.
4. Melakukan evaluasi dari hasil *FGD* guna penyempurnaan *reels* video *Instagram* untuk ditetapkan dan tayang pada akun *Instagram* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*.

Lebih lanjut, dapat dijelaskan melalui beberapa tahapan-tahapan model pendekatan dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut ;

A. Penyusunan Materi Pelatihan dan Agenda Kerja.

Pelibatan mitra dampingan secara aktif, maka sifat pelatihan ini bersifat partisipatif. Strategi yang dilakukan adalah dengan menggali permasalahan mitra dengan cara mengidentifikasi permasalahan/kendala yang dihadapi mitra, terutama dalam pembuatan *reels* video *Instagram* dalam upaya penguatan produk/*brand* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*. Dengan cara ini, terjadi komunikasi dua arah guna mencari titik persoalan sekaligus langkah-langkah solutif pemecahannya. Setelah mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan/persoalan, maka penyusunan rencana kegiatan dilakukan berbasis kebutuhan mitra sebagai acuan kerja pada pelatihan ini.

B. Pelatihan Pembuatan Reels Video Instagram.

Pelatihan ini mempunyai tujuan pembuatan *reels* video *Instagram* yang mengacu pada metode pembuatan video marketing pada buku *Jago Jualan di Instagram* dan *Master Secret Instagram 4.0*. Disamping itu sebagai penunjang pada aspek teknis audio visual akan mengacu pada buku *Visual Story (Creating The Visual Structure of Film, TV and Digital Media)*. Pelatihan ini bersifat partisipatif dengan metode klasikal dan *workshop* (praktik di lapangan) secara langsung dengan tatap muka. Adapun pelatihan ini meliputi ;

- a. Pelatihan pemetaan dan pengembangan ide cerita sebagai konten materi dalam *reels* video *Instagram*.
- b. Pelatihan pendokumentasian dan pengelolaan arsip audio-visual dengan menggunakan perangkat kamera foto dan video (telepon genggam/HP) yang kemudian dimediakan melalui akun *Instagram* Kopi Arabika Kaliangkrik *Java Coffee*.

Berdasarkan rencana capaian/ luaran yang sudah ditetapkan pada bab sebelumnya, maka untuk mencapai tujuan/capaian dibagi menjadi beberapa tahapan. Berdasarkan hasil analisis awal bahwa permasalahan yang dihadapi mitra adalah terkait dengan belum adanya kegiatan *reels video instagram*, belum memiliki pengetahuan pengelolaan dan pengembangan *reels video instagram* dalam penguatan produk/*brand* Kopi Kaliangkrik oleh Kelompok Tani Mekar Lestari. Pembuatan *reels video instagram* dalam penguatan produk/*brand* Kopi Kaliangkrik oleh Kelompok Tani Mekar Lestari, kemudian dilakukan evaluasi dengan melihat kekurangan dan kelebihan isi/konten informasi yang akan disampaikan. bekerjasama dengan mitra (masyarakat dan pemerintah desa setempat). Hasil *reels video instagram* dalam penguatan produk/*brand* Kopi Kaliangkrik oleh Kelompok Tani Mekar Lestari dimintakan pendapat, masukan dan saran dari berbagai pihak terkait dalam bentuk *Fosuc Group Discussion (FGD)*. Evaluasi hasil *FGD* dan penyempurnaan video marketing melalui *reels video instagram* dalam penguatan produk/*brand* Kopi Kaliangkrik oleh Kelompok Tani Mekar Lestari. Pelatihan pembuatan video melalui Instagram berupa *reels video instagram* dalam penguatan produk/*brand* Kopi Kaliangkrik oleh Kelompok Tani Mekar Lestari oleh mitra. Tahapan akhir adalah pembuatan jurnal ilmiah terakreditasi nasional dan HAKI.

Pelibatan para anggota Kelompok Tani Mekar Lestari secara aktif, maka sifat pelatihan ini bersifat partisipatif. Strategi yang dilakukan adalah dengan menggali permasalahan mitra dengan cara mengidentifikasi permasalahan/ kendala yang dihadapi mitra, terutama dalam hal pelatihan pembuatan *reels video instagram* dalam penguatan produk/*brand* Kopi Kaliangkrik.

Dengan cara ini, terjadi komunikasi dua arah guna mencari titik persoalan sekaligus langkah-langkah solutif pemecahannya. Setelah mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan/persoalan, maka penyusunan rencana kegiatan dilakukan berbasis kebutuhan mitra sebagai acuan kerja pada pelatihan ini.

Tabel. 1. Identifikasi Permasalahan dan Solusi Pemecahan Masalah dalam PKM Karya Seni

NO.	POKOK PERMASALAHAN/ PERSOALAN	SOLUSI/ PEMECAHAN
1.	Belum mengenal bentuk-bentuk video marketing melalui reels video Instagram.	Melihat bentuk-bentuk reels video Instagram.
2.	Belum mengerti langkah-langkah pembuatan dan format untuk mencari ide/gagasan dalam pembuatan reels video Instagram secara sistematis.	Mengenalkan proses kreatif mencari ide/gagasan yang dapat dikembangkan menjadi cerita dalam bentuk bahasa tulis menjadi bahasa visual yang mendukung pada pembuatan reels video Instagram.
3.	Belum sepenuhnya mengerti dan memahami teknis pengoperasian kamera video pada handphone (HP) sebagai basis sarana pendukung pembuatan media reels video Instagram.	Memberi pelatihan dasar-dasar teknik pengoperasian kamera <i>digital</i> video serta penggunaan <i>software</i> pada handphone sebagai sarana pembuatan media reels video Instagram.
4.	Belum sepenuhnya mengerti dan memahami penggunaan dan pemanfaatan reels video Instagram.	Memberi pelatihan penggunaan dan pemanfaatan reels video Instagram.
5.	Belum sepenuhnya memahami kaidah-kaidah artistik dan estetik pada pengambilan gambar baik secara fotografis dan videografis dengan kamera handphone (HP).	Memberi pelatihan dasar-dasar komposisi dan ukuran gambar yang dapat diterapkan pada fotografi dan videografi dalam menunjang pembuatan reels video Instagram dengan kamera handphone (HP).
6.	Belum sepenuhnya mengerti dan memahami kaidah artistik dan estetik desain tata letak untuk kebutuhan grafis untuk pembuatan video marketing.	Memberi pelatihan dasar-dasar pemilihan bentuk, warna dan unsur tipografi dasar sebuah desain tata letak untuk pembuatan video marketing.
7.	Belum sepenuhnya memahami dan mengerti proses editing video dengan pemanfaatan handphone (HP)	Memberi pelatihan editing video dengan pemanfaatan handphone (HP) sebagai pendukung pembuatan reels video Instagram.

	sebagai pendukung pembuatan reels video Instagram.	
8.	Belum sepenuhnya memahami dan mengerti proses distribusi reels video Instagram.	Memberi pelatihan distribusi reels video Instagram.



BAB IV

KESIMPULAN

Institut Seni Indonesia Surakarta sebagai sebuah perguruan tinggi seni memiliki sumber daya manusia (SDM) dalam bidang film dan televisi. Konvergensi media yang berkembang saat ini merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh para staff pengajar/dosen sebagai salah satu bentuk tanggung jawab dalam menjawab dinamika keilmuan pada masyarakat. Salah satunya dengan pemanfaatan *Instagram* sebagai media termutakhir yang berkembang akhir-akhir ini. Pelaksana program ini adalah dosen Jurusan Seni Media Rekam, Program Studi Film dan Televisi yang akan melibatkan beberapa orang mahasiswa. Pengalaman mengajar mata kuliah Eksperimentasi Karya, Penyutradaraan Drama dan Produksi Drama, merupakan bagian yang tidak dapat ditinggalkan dalam basis pengembangan keilmuan pada masyarakat.

Pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat karya seni dengan mitra kelompok tani Mekar Lestari di Dusun Pengkol, Desa Ngawonggo, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah dapat dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama. Program ini menghasilkan beberapa capaian penting yang dapat ditindak lanjuti sebagai program pengabdian pada masyarakat karya seni yang mengarah pada kesadaran masyarakat tani dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi sebagai salah satu media promosi dan penjualan/digital marketing melalui reels video Instagram. Berikut adalah capaian-capaian yang diperoleh ;

- a) Tumbuhnya kesadaran akan pentingnya pendokumentasian kegiatan kelompok tani Mekar Lestari melalui medium foto dan video.
- b) Menghasilkan karya reels video Instagram tentang kegiatan bertani kelompok tani Mekar Lestari.
- c) Menghasilkan racangan tayangan video reels Instagram yang siap tayang pada feed Instagram.
- d) Menekankan kembali arti penting kegiatan publikasi, promosi dan pemasaran melalui *Instagram* sebagai salah satu alternatif kegiatan pemasaran.

Kegiatan pelatihan video marketing kegiatan kelompok tani Mekar Lestari melalui video dan *Instagram* dalam program pengabdian pada masyarakat karya seni guna menunjang penguatan brand Kopi Kaliangkrik kali ini tidak luput dari kekurangan. Untuk itu ada beberapa

saran yang sekiranya perlu diberikan guna memperbaiki kinerja pelatihan ini pada masa yang akan datang. Beberapa saran yang dirasa perlu di antaranya terangkum sebagai berikut ;

- a) Memastikan kesiapan mitra, dalam hal ini delegasi peserta pelatihan hendaknya dipersiapkan dengan baik, berkomitmen untuk dapat mengikuti rangkaian kegiatan ini secara menyeluruh.
- b) Penyederhanaan materi ajar selama pelatihan perlu dilakukan dengan tujuan agar mudah diterjemahkan oleh mitra sehingga menghasilkan luaran yang tepat sasaran.
- c) Kesiapan dalam hal teknis berupa penyediaan koneksi internet yang lebih stabil dirasa perlu dan menjadi keharusan.



DAFTAR PUSTAKA

@BisnisAnakMuda & @TrikPhotoshopID. (2014). Jago Jualan di Instagram. Jakarta.

Block, Bruce. (2008). Visual Story (Creating The Visual Structure of Film, TV and Digital Media). Focal Press. Burlington.

Richard Putra. (2019). Master Secret Instagram 4.0. Bisnis Milenial. Jakarta.

Sumber Internet :

<https://idwebhost.com/blog/mengenal-igtv-fitur-terbaru-instagram/> diakses pada Senin, 5 Juni 2023 pukul 10.00 WIB.

<https://idwebhost.com/blog/marketing-instagram-2019/> diakses pada Senin, 5 Juni 2023 pukul 10.50 WIB.

<https://academy.getcraft.com/id/blog/cara-memaksimalkan-igtv-untuk-kegiatan-content-marketing>, diakses pada Senin, 5 Juni 2023 pukul 10.55 WIB.

<https://academy.getcraft.com/id/blog/pengertian-engagement-di-media-sosial-dan-cara-mengukurnya>, diakses pada Senin, 5 Juni 2023 pukul 11.00 WIB.