

Aktualisasi Kinerja melalui Pelatihan Pembuatan Video Iklan Berbasis *Artificial Intelligence* untuk Mendukung Program Kerja Karang Taruna

**Fitri Umardiyah¹, Misbaqhul Diky Kurniawan², Abdul Muslih³, Dian Kusuma Wardani⁴,
Bekti Widyaningsih⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: fitriumardiyah@unwaha.ac.id

ABSTRACT

The work of Youth Organization at Kudubanjar (Karang Taruna Kudubanjar) has not been implemented optimally in providing contributions and supplies to the community. This is caused by a lack of socialization and documentation of activities that have occurred, so that existing programs are sometimes not realized properly. To overcome this problem, this time the service will hold training aimed at increasing the effectiveness of Youth Organization program. This training will cover several important aspects such as: effective socialization, activity documentation, project management, use of technology. With this training, it is hoped that the Kudubanjar Youth Organization can be more effective in carrying out its programs and make a greater contribution to society. AI workshop for the young generation serves as the first step in preparing organization, to face rapid technological change, while opening up opportunities to create innovation and sustainable growth in the AI era. As well as providing training in the form of using Artificial Intelligence (AI) in making public service advertisements which function to encourage people to care about the environment with an interesting delivery method, namely in the form of storytelling. Participants gain a strong knowledge base about AI and feel more confident in facing inevitable technological developments and this activity will open the door to a brighter future full of potential for the younger generation, especially youth organization members..

Keywords: Youth organization; Artificial intelligence.

ABSTRAK

Program Kerja Karang Taruna Desa Kudubanjar belum terlaksana secara optimal dalam memberikan kontribusi dan informasi kepada masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan dokumentasi kegiatan yang telah terjadi, sehingga program yang ada terkadang tidak familiar di masyarakat. Untuk mengatasi masalah tersebut pengabdian kali ini akan mengadakan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas program kerja Karang Taruna. Pelatihan ini akan mencakup beberapa aspek penting seperti: sosialisasi efektif, trik dokumentasi, manajemen proyek, dan penggunaan teknologi. Dengan pelatihan ini, diharapkan Karang Taruna dapat lebih efektif dalam menjalankan program-programnya dan memberikan kontribusi yang lebih besar kepada masyarakat. Pelatihan AI untuk karang taruna berperan sebagai langkah awal dalam mempersiapkan organisasi untuk menghadapi perubahan teknologi yang cepat, sambil membuka peluang untuk menciptakan inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam era AI, serta memberikan pelatihan berupa pemanfaatan Artificial Intelligent (AI) dalam pembuatan iklan layanan masyarakat yang berfungsi mengajak masyarakat agar peduli lingkungan cara penyampaian yang menarik yaitu berupa Storytelling. Peserta mendapatkan dasar pengetahuan yang kuat tentang AI dan merasa lebih percaya diri dalam menghadapi perkembangan teknologi yang tak terelakkan dan kegiatan ini akan membuka pintu menuju masa depan yang lebih cerah dan penuh potensi untuk generasi muda khususnya peserta anggota karang taruna.

Kata Kunci: Karang taruna; Artificial intellegence

PENDAHULUAN

Kinerja organisasi sangat penting dalam mengukur keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Berhasil tidaknya suatu kegiatan organisasi dipengaruhi oleh tingkat aktivitas individu dan kelompok para anggotanya. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan hasil kerjasama antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi sehingga perlu dioptimalkan. Meningkatkan kinerja organisasi sehingga tujuan organisasi yang telah disepakati dapat terwujud dengan lebih mudah dan cepat (Gunadi et al., 2023). Karang Taruna sebagai organisasi yang mendorong pengembangan kreativitas generasi muda harus memiliki visi dan pemahaman sosial untuk menghindari, mencegah dan menyelesaikan berbagai permasalahan sosial khususnya dalam kehidupan modern. Karang Taruna mempunyai kewajiban terhadap diri sendiri dan orang disekitarnya terhadap permasalahan sosial masyarakat. Oleh karena itu, salah satu organisasi di lingkungan masyarakat yang beranggotakan pemuda adalah organisasi Karang Taruna (Lainsamputty et al., 2019).

Kehadiran Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan dapat dimanfaatkan untuk memanfaatkan dan memperkuat potensi pemuda setempat (Sinaga et al., 2022). Karang Tarna Desa Kudubanjar memiliki salah satu program kerja terbaik untuk meningkatkan keterampilan sumber daya manusia agar lebih optimal. Lebih lanjut, keberhasilan anggota Karan Taruna dapat menginspirasi generasi muda dan anak-anak lainnya untuk mengikuti jejak kesuksesan mereka (Suprayogi et al., 2022). Disisi lain, keberhasilan program kerja karang taruna tidak dapat menginspirasi anak muda dan masyarakat umum, jika setiap program hanya berhenti pada anggota saja. Program harus di promosikan ke masyarakat agar manfaatnya dapat meluas. Promosi dapat dilakukan melalui media social melalui video. Video yang digunakan untuk promosi termasuk kategori iklan.

Iklan dalam kamus KBBI mempunyai arti membujuk khalayak ramai supaya tertarik dengan barang yang ditawarkan sama artinya dengan kosa kata promosi yaitu salah satu kegiatan memberi informasi untuk mempengaruhi calon pelanggan membeli barang yang di promosikan sehingga bisa dikatakan bahwa promosi adalah sarana memperkenalkan barang / jasa semenarik mungkin agar khalayak umum tertarik membeli. Penjual akan berusaha menggunakan semaksimal mungkin sumber dayanya untuk membuat iklan semenarik mungkin secara simultan menunjukkan adanya alur cerita dan adegan yang dapat dipahami. Sarana paling efektif dalam memberi informasi dengan menggunakan video karena dalam video iklan terdapat beberapa media antara lain musik, teks, narasi, logo dan animasi. Dalam hal promosi program kerja, iklan berfungsi sebagai daya tarik agar masyarakat pada umumnya dan generasi muda pada khususnya ikut berpartisipasi membangun desa.

Selain adegan dan alur cerita, video iklan akan menarik apabila dalam proses pengambilan gambar menggunakan teori teknik 5 jurus sinematik dimana untuk menghasilkan gambar perlu adanya:

- Angle kamera: sudut pandang sangat penting karena mengidentifikasi apa yang audien lihat untuk meneruskan cerita yang harus berjalan.
- Kontinu adalah cara agar penonton melihat secara berkala terus menerus hingga akhir tanpa ada gangguan agar dapat memahami cerita.
- Pemotongan bagaimana memotong satu video dan mengabungkan jadi satu kesatuan dengan video yang lain dari rangkaian video yang akan menjadi satu alur cerita sesuai yang kita inginkan.
- CloseUp bagaimana setiap bagian dari menyajikan gambar menggunakan pengambilan gambar secara closeUp.
- Komposisi : bagaimana cara menyajikan dan menata gambar dari berbagai unsur garis, bidang dan warna untuk menjadi satu kesatuan utuh terlihat apik dilihat (Prasetyawati, 2021).

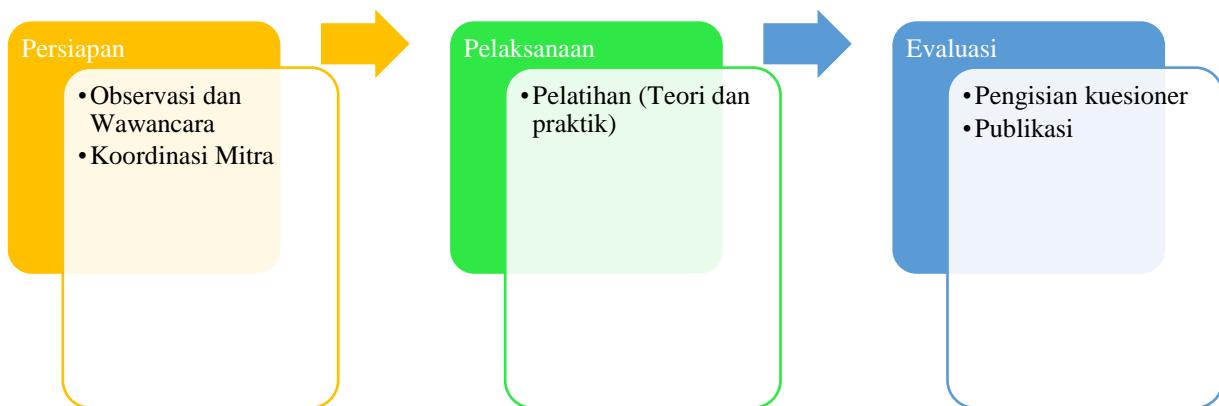
Untuk dapat melaksanakan program kerja tersebut pada tahun 2024, tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas KH. A. Wahab Hasbullah memberikan pelatihan berbasis kecerdasan buatan (AI). Bagi generasi muda, memahami cara kerja AI dan cara menggunakannya secara kreatif dan produktif sangatlah berharga. Setiap individu sering kali secara tidak sadar berinteraksi dengan AI dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari asisten virtual di HP hingga rekomendasi produk di *e-commerce*. Kecerdasan buatan (AI), merupakan simulasi kecerdasan manusia yang dimodelkan dalam mesin dan diprogram untuk berpikir seperti manusia (Tantri et al., 2022).

Teknologi kecerdasan buatan membawa banyak manfaat yang meningkatkan kehidupan manusia. Salah satu keunggulan terbesarnya adalah kemampuan mengambil keputusan dengan cepat dan akurat berdasarkan data (Misnawati, 2023). Pelatihan ini akan menjadi langkah awal yang penting dalam mempromosikan pemahaman dan pemanfaatan AI di kalangan generasi muda. Tim berharap melalui

kegiatan ini, para anggota Karang Taruna Desa Kudubanjar mendapatkan dasar pengetahuan yang kuat tentang AI dan mampu menghadapi perkembangan teknologi yang tidak terhindarkan dengan lebih percaya diri. Tim meyakini bahwa pelatihan ini akan membuka pintu menuju masa depan yang lebih baik bagi generasi muda.

METODE

Berangkat dari permasalahan yang ada untuk meningkatkan keilmuan karang taruna sebagai wadah dan sarana pengembangan diri setiap anggota untuk tumbuh dan berkembang. Pelatihan video iklan bertujuan agar program kerja dapat familiar di mata masyarakat dan sebagai wadah unjuk gigi bahwa Karang Taruna merupakan organisasi yang benar menjadi wadah untuk mengembangkan diri. Berikut adalah metode pelaksanaan program kemitraan masyarakat di Desa Kudubanjar dengan subyek pemuda karang taruna.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra dalam hal ini adalah anggota karang taruna Desa Kudubanjar Kecamatan Kudu Kabupaten Jombang. Pelaksanaan PKM diawali dengan penyajian materi kemudian dilanjutkan dengan praktik. Materi yang diberikan berupa teori audio visual periklanan.

a. Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan

Materi disesuaikan berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara sehingga materi yang diberikan kepada mitra adalah audio visual periklanan, pengambilan gambar secara sinematik menggunakan smartphone, narasi dan gambar melalui Canva dan editing menggunakan CapCut dan AI Audio.

b. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan menggunakan metode *Direct Instruction* yang merupakan salah satu model pembelajaran yang dirancang khusus untuk menunjang proses pembelajaran terkait dengan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang terstruktur dengan baik. Materi pelatihan, meliputi: pengenalan video iklan, pengetahuan dasar fotografi, tahap pra produksi konsep video, tahap proses produksi syuting video, tahap pasca produksi editing video, dan publikasi video di media social. Video iklan merupakan media informasi suatu produk atau jasa layanan dalam bentuk pesan multimedia yang memiliki elemen-elemen audio visual. Elemen-elemen audio meliputi: monolog, dialog, efek suara dan ilustrasi musik. Sedangkan visual meliputi: tipografi, desain grafis, fotografi, videografi, dan animasi.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan di Ruang Pertemuan Desa Kudubanjar

Pada tahap pra produksi diberikan pelatihan untuk membuat konsep dan rancangan manajemen produksi. Konsep yang sudah dibuat tersebut kemudian dikembangkan lagi lebih ringkas agar lebih efisien dan efektif baik itu untuk peralatan, aset, penjadwalan, dan pendanaan hingga saat produksi dilaksanakan. Pada tahap proses produksi diberikan pelatihan untuk manajemen waktu, biaya, dan pengoperasian peralatan syuting. Teori yang sudah dijelaskan dalam pelatihan diawali selanjutnya diterapkan dalam produksi iklan.

Pada tahap pasca produksi diberikan pelatihan untuk mengedit video dengan aplikasi CapCut pada gadget mobile atau smartphone, meliputi: penggabungan footage, tulisan, dan efek video. Selanjutnya diajarkan cara memanfaatkan AI (*Artificial Intelligence*) untuk menyisipkan backsound untuk video yang telah diedit. AI pada saat ini sudah luas penggunaan hingga sudah menyentuh industri kreatif(Piskopani et al., 2023). Pada tahapan publikasi video diberikan penjelasan media-media yang digunakan dalam promosi meliputi: TV, sosmed, dan streaming internet.

c. Evaluasi

Pada tahap evaluasi, peserta diberi angket untuk mmeberikan respon atas kegiatan yang terlaksana. Hasil ini sebagai feedback bagi tim untuk perbaikan. Hasil angket tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Angket Peserta Pelatihan

No.	Deskripsi Instrumen Angket	Respon Angket
1	Pemateri (dan Asisten Pemateri) pelatihan "Video Iklan" berpakaian rapi dan menarik	90%
2	Ruangan bersih, rapi, dan mendukung pelaksanaan kegiatan pelatihan "Video Iklan"	90%
3	Materi Obyek Pembelajaran (presentasi/modul, dll) yang digunakan pada pelatihan "Video Iklan" dapat dipahami dengan baik	92%
4	Narasumber dapat menjelaskan materi dengan baik sehingga peserta mudah memahami materi.	94%
5	Materi yang disampaikan narasumber sudah sesuai dengan kebutuhan peserta.	92%
6	Pemateri dapat memberikan solusi terhadap permasalahan peserta pada saat pelatihan "Video Iklan"	91%
7	Pemateri dapat menanggapi pertanyaan dari peserta dengan baik dan cepat	91%
8	Sebagai peserta, anda dapat memahami materi seminar/workshop dengan baik.	90%
9	Narasumber telah memberikan pelayanan dengan baik kepada peserta pelatihan "Video Iklan"	90%
10	Materi yang disampaikan bermanfaat dan menjamin peserta lebih mudah dalam memproduksi video iklan	94%
11	Narasumber memahami kondisi peserta ketika bosan dan tidak memahami materi	94%
12	Narasumber bersedia mengulangi materi dengan sabar ketika ada peserta pelatihan yang kurang paham	93%
13	Narasumber telah melayani peserta dengan baik dan santun	97%

SIMPULAN

Kegiatan yang dijalankan pada pengabdian masyarakat yang dalam bentuk pelatihan mengenai video iklan berbasis *artificial intelligence* pada pemuda karang taruna Desa Kudubanjar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan agenda yang telah ditetapkan. Kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh beberapa peserta muda yang bersemangat. Mereka dengan antusias mempraktikkan langkah-langkah pembuatan video iklan layanan masyarakat yang diajarkan oleh pemateri, menggunakan perangkat handphone yang mereka miliki. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan video iklan untuk mendukung promosi produk UMKM.

DAFTAR RUJUKAN

- Gunadi, A. N., Haikal, A., & Mawardi, V. C. (2023). Penggunaan AI Tools untuk Meningkatkan Kualitas Sosial Media UMKM Artree. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–8.
- Lainsamputty, G. B., Lumintang, J., & Kawung, E. J. R. (2019). Kajian pemuda karang taruna dalam meningkatkan pembangunan masyarakat di desa soakonora kecamatan jailolo kabupaten halmahera barat. *Holistik, Journal Of Social and Culture*.
- Misnawati, M. (2023). ChatGPT: Keuntungan, Risiko, Dan Penggunaan Bijak Dalam Era Kecerdasan Buatan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 2(1), 54–67.
- Piskopani, A. M., Chamberlain, A., & Ten Holter, C. (2023). Responsible AI and the arts: The ethical and legal implications of AI in the arts and creative industries. *Proceedings of the First International Symposium on Trustworthy Autonomous Systems*, 1–5.
- Prasetyawati, A. (2021). Digital Storytelling Kok Bisa?: Mengubah Keberlimpahan Informasi menjadi Konten Edukasi (Digital Storytelling Kok Bisa?: Turning Abundance of Information into Educational Content). *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 23(2), 199–212.
- Sinaga, A. S. R. M., Marbun, M., & Sitio, A. S. (2022). Pengembangan Website Karang Taruna Pemuda Pemudi Sejati Jambur Pulau Sebagai Media Promosi Produk Desa Berbasis Kecerdasan Buatan. *Abdimas Universal*, 4(2), 306–313.
- Suprayogi, S., Puspita, D., Putra, E. A. D., & Mulia, M. R. (2022). Pelatihan Wawancara Kerja Bagi Anggota Karang Taruna Satya Wira Bhakti Lampung Timur. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 356–363.
- Tantri, A. H., Riyadi, M. A. F., & Wanabil, N. (2022). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis. *Notasi*, 1(2), 21–28.