Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

BIMBINGAN TEKNIS PEMASARAN PRODUK MELALUI VIDEO MARKETING DI PLATFORM TIKTOK DAN INSTAGRAM DI SMKN 7 KOTA SERANG

Julaeha Safitri[1], Devina[2], Feni Septiani[3], Syabrina Fitriyani[4]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisniss, PKSDU Universitas Pamulang
Kota Serang, Indonesia
Email : julaehasafitri250@gmail.com[1]
dosen03401@unpam.ac.id [2]

ABSTRAK

Kegiatan *Bimbingan Teknis Pemasaran Produk Melalui Video Marketing di Platform TikTok dan Instagram* di SMKN 7 Kota Serang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Pelatihan ini mencakup pemahaman konsep *video marketing*, teknik pembuatan konten kreatif, strategi optimalisasi algoritma platform, serta pemanfaatan fitur TikTok dan Instagram untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens. Metode kegiatan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung pembuatan video promosi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan peserta dalam merancang dan mengelola konten digital untuk promosi produk secara efektif. Pelatihan ini diharapkan mampu mendukung peserta dalam menghadapi tantangan pemasaran modern berbasis media sosial.

Kata Kunci: video marketing, pemasaran digital, TikTok, Instagram, konten kreatif.

ABSTRACT

The Technical Guidance on Product Marketing Through Video Marketing on TikTok and Instagram at SMKN 7 Kota Serang aims to enhance participants' skills in utilizing social media as a digital marketing tool. The training covers the understanding of video marketing concepts, creative content creation techniques, platform algorithm optimization strategies, and the use of TikTok and Instagram features to improve audience reach and engagement. The methods included material presentation, demonstrations, and hands-on practice in creating promotional videos. The results show a significant improvement in participants' abilities to design and manage digital content for effective product promotion. This program is expected to support participants in facing the challenges of modern social media-based marketing.

Keywords: *video marketing, digital marketing, TikTok, Instagram, creative content.*

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam strategi pemasaran modern. Transformasi ini ditandai dengan semakin meluasnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi yang praktis, cepat, dan efisien. Platform seperti TikTok dan Instagram telah menjadi bagian penting dari ekosistem pemasaran digital karena kemampuannya dalam menjangkau audiens luas melalui konten visual yang menarik, khususnya video marketing. Video marketing menjadi teknik promosi yang sangat relevan di era digital karena dinilai lebih interaktif, mudah dipahami, dan mampu menyampaikan pesan secara efektif dalam durasi singkat. Generasi muda, termasuk siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), merupakan kelompok yang paling dekat dengan perkembangan teknologi digital. Kebiasaan mereka dalam mengakses media sosial membuat mereka memiliki potensi besar untuk memanfaatkannya sebagai peluang usaha, sarana pengembangan diri, maupun peningkatan kompetensi untuk memasuki dunia kerja. Dengan keterampilan digital yang memadai, siswa SMK dapat mengembangkan kemampuan pembuatan konten kreatif yang selaras dengan tren pemasaran modern. Keterampilan tersebut tidak hanya penting untuk mendukung kegiatan wirausaha, tetapi juga menjadi nilai tambah dalam menghadapi persaingan kerja yang semakin menuntut keahlian praktis dan adaptif di bidang teknologi. Sebagai institusi pendidikan vokasi, SMKN 7 Kota Serang memiliki peran strategis dalam menyiapkan peserta didik agar mampu menghadapi tuntutan industri yang terus berkembang. Sekolah tidak hanya dituntut untuk memberikan kemampuan teknis sesuai bidang keahlian siswa, tetapi juga perlu membekali mereka dengan keterampilan tambahan yang relevan dengan perkembangan dunia digital, khususnya dalam bidang pemasaran online. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui kegiatan *Bimbingan Teknis Pemasaran Produk Melalui Video Marketing di Platform TikTok dan Instagram*. Melalui kegiatan ini, siswa diperkenalkan pada konsep dasar dan lanjutan mengenai pembuatan video pemasaran, mulai dari penyusunan ide, proses pengambilan gambar, teknik editing, hingga pemahaman algoritma media sosial yang menentukan jangkauan sebuah konten. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan insight mengenai cara membangun strategi pemasaran yang efektif melalui pemanfaatan fitur-fitur unggulan yang tersedia pada platform TikTok dan Instagram, seperti penggunaan musik viral, hashtag yang tepat, hingga pemilihan waktu unggah konten. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis siswa, tetapi juga memupuk kreativitas, rasa percaya diri, serta kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tren digital. Dengan demikian, kegiatan bimbingan teknis ini diharapkan memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan kompetensi siswa SMKN 7 Kota Serang, baik sebagai calon tenaga kerja maupun calon wirausahawan yang siap bersaing di era digital.

METODE

Pengabdian ini menggunakan jenis penelitian survey. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Aula SMKN 7 KOTA SERANG
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Jumat Dan Sabtu, 17 s/d 18 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mendukung keberhasilan *Bimbingan Teknis Pemasaran Produk Melalui Video Marketing* di SMKN 7 Kota Serang. Adapun tahapan metode kegiatan dijelaskan sebagai berikut:

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Tahap awal dilakukan dengan melakukan survei ke SMKN 7 Kota Serang guna memperoleh informasi mengenai kondisi lingkungan sekolah, fasilitas yang tersedia, serta kebutuhan siswa terkait pemasaran digital. Survei ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal siswa mengenai penggunaan TikTok dan Instagram sebagai media pemasaran. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam menyusun strategi pelatihan yang tepat sasaran.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Pada tahap ini, tim pengabdian menyiapkan seluruh kebutuhan teknis yang diperlukan untuk menunjang pelaksanaan kegiatan. Sarana yang disiapkan meliputi perangkat presentasi seperti proyektor, speaker, laptop, serta perlengkapan pendukung untuk praktik pembuatan video. Selain itu, materi pelatihan berupa modul video marketing, contoh konten, serta panduan editing video juga dipersiapkan agar siswa dapat mengikuti kegiatan secara optimal.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan bimbingan teknis dilaksanakan oleh tim dosen beserta mahasiswa yang terlibat, dengan metode tatap muka langsung di Aula SMKN 7 Kota Serang. Pelaksanaan kegiatan meliputi:

a. Penyuluhan dan pemaparan materi mengenai konsep video marketing.
b. Demonstrasi pembuatan konten, mulai dari *storyboard*, pengambilan gambar, hingga proses editing.
c. Praktik langsung oleh siswa dalam membuat video promosi menggunakan gawai mereka masing-masing.
d. Sesi tanya jawab dan diskusi untuk memperdalam pemahaman peserta.

Pelaksanaan ini dirancang untuk mendorong partisipasi aktif siswa serta memberikan pengalaman langsung dalam memproduksi konten pemasaran digital.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan

Materi yang diberikan dalam kegiatan bimbingan teknis meliputi:

a. Pengenalan Video Marketing: konsep, manfaat, dan tren pemasaran melalui konten video pendek.
b. Pemanfaatan TikTok dan Instagram: fitur-fitur utama, algoritma, penggunaan hashtag, musik viral, dan teknik meningkatkan *engagement*.
c. Teknik Pembuatan Konten Kreatif: perancangan ide, pembuatan *storyboard*, *shooting techniques*, serta editing menggunakan aplikasi sederhana.
d. Strategi Upload Konten: waktu unggah optimal, penulisan caption, dan cara meningkatkan jangkauan audiens.
e. Studi Kasus dan Contoh Video Sukses yang relevan dengan dunia usaha dan promosi produk.

Materi ini disusun agar siswa tidak hanya memahami teori pemasaran digital, tetapi juga mampu menerapkannya melalui praktik langsung untuk menghasilkan video promosi yang menarik dan sesuai kebutuhan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan selama dua hari dengan melibatkan siswa-siswi SMKN 7 Kota Serang sebagai peserta utama. Kegiatan bimbingan teknis difokuskan pada peningkatan keterampilan siswa dalam memanfaatkan video marketing sebagai strategi pemasaran modern melalui platform TikTok dan Instagram. Pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, serta sesi diskusi dan evaluasi.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Berdasarkan hasil pengamatan, interaksi, serta respon peserta selama kegiatan berlangsung, diperoleh beberapa temuan sebagai berikut:

1. Peningkatan Pemahaman tentang Video Marketing

Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar video marketing, manfaatnya dalam dunia pemasaran digital, serta peran konten visual dalam menarik perhatian audiens. Siswa memahami bahwa video pendek memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan secara cepat, efektif, dan menarik, sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial masa kini.

2. Kemampuan Membuat Konten Kreatif

Melalui kegiatan praktik langsung, peserta mampu menghasilkan video pendek yang memuat elemen-elemen pemasaran seperti pesan produk, kreativitas visual, penggunaan musik, serta teknik editing sederhana. Peserta menjadi lebih terampil dalam menyusun ide, membuat *storyboard*, mengambil gambar dengan komposisi yang tepat, serta melakukan editing menggunakan aplikasi yang umum digunakan.

Hal ini menunjukkan bahwa siswa dapat menerapkan materi yang diberikan dan mengembangkan kreativitas dalam membuat konten sesuai kebutuhan pasar digital.

3. Peningkatan Pemahaman terhadap Algoritma TikTok dan Instagram

Peserta memperoleh wawasan mengenai cara kerja algoritma kedua platform tersebut, khususnya bagaimana *engagement*, interaksi pengguna, hashtag, tren, dan waktu unggah mempengaruhi jangkauan sebuah konten. Setelah memperoleh materi, siswa mampu menentukan strategi unggah video yang lebih efektif untuk meningkatkan visibilitas produk yang dipromosikan.

4. Peningkatan Motivasi dan Keinginan untuk Berwirausaha

Salah satu dampak signifikan dari kegiatan ini adalah meningkatnya motivasi siswa untuk memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha. Banyak peserta menyatakan niat untuk mulai membuat konten promosi produk sekolah, produk UMKM sekitar, atau produk usaha pribadi mereka.

Kegiatan ini memberikan gambaran nyata bahwa keterampilan digital bukan hanya menjadi nilai tambah dalam dunia kerja, tetapi juga dapat menjadi modal awal untuk membangun usaha di era digital.

5. Perubahan Pola Pikir tentang Pemasaran Modern

Kegiatan ini juga berhasil mengubah pola pikir peserta mengenai pentingnya promosi kreatif dalam dunia bisnis. Peserta menyadari bahwa pemasaran tidak hanya dilakukan melalui metode konvensional, tetapi harus menyesuaikan dengan tren digital yang berkembang pesat. Siswa memahami bahwa kehadiran di media sosial menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk di pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan bimbingan teknis ini memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan digital siswa SMKN 7 Kota Serang. Melalui kombinasi teori dan praktik langsung, peserta mampu menguasai keterampilan dasar video marketing dan memahami strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini.



Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan di SMKN 7 Kota Serang:

dapat disimpulkan bahwa kegiatan *Bimbingan Teknis Pemasaran Produk Melalui Video Marketing di Platform TikTok dan Instagram* berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam memahami konsep pemasaran digital, khususnya melalui pemanfaatan video marketing sebagai strategi promosi modern.

Melalui kombinasi pemaparan materi, demonstrasi, serta praktik langsung, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam merancang, membuat, dan mengoptimalkan konten video kreatif yang sesuai dengan karakteristik media sosial. Siswa juga memahami cara kerja algoritma TikTok dan Instagram, sehingga mampu menentukan strategi yang tepat untuk memperluas jangkauan audiens.

Selain itu, kegiatan ini mendorong motivasi siswa untuk memanfaatkan media sosial sebagai peluang wirausaha serta memperkuat kesiapan mereka menghadapi tuntutan dunia industri yang berbasis digital. Secara keseluruhan, kegiatan bimbingan teknis ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kompetensi digital, kreativitas, dan kepercayaan diri peserta sebagai generasi yang siap bersaing di era pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

Sari, D. P., & Wibowo, A. (2020). Efektivitas video marketing dalam meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 22–31.

Pratama, A. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital bagi pelajar SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 9(2), 134–142.

Lestari, N. M., & Andriani, R. (2021). Pengaruh konten video TikTok terhadap keterlibatan audiens pada promosi produk lokal. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 55–67.

Rahmawati, D., & Kurniawan, H. (2022). Strategi pemasaran digital melalui Instagram untuk meningkatkan daya tarik konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 7(3), 101–112.

Putra, R. S. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi UMKM era digital. *Jurnal Bisnis Kreatif*, 5(2), 45–56.

Ananda, R. & Yuliana, M. (2023). Pengaruh video pendek di platform TikTok terhadap keputusan pembelian generasi Z. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 4(1), 20–33.

Hidayat, F., & Sulastri, T. (2023). Implementasi pemasaran digital dalam pembelajaran vokasi untuk meningkatkan kompetensi siswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 12(4), 78–88.

Amelia, S., & Prabowo, A. (2024). Tren video marketing pada media sosial dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 6(2), 50–62.

Wulandari, E. (2024). Optimalisasi fitur Instagram Reels sebagai media promosi produk fashion lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(1), 15–27.