

Pelatihan Pembuatan Media Promosi Berbasis Multimedia Pada Sekolah Dasar

Bister Purba^{1,*}, Purwa Hasan Putra², Oktavia Ully Artha Silalahi³, Yulia Agustina Dalimunthe⁴, Wiwin Sry Adinda Banjarnahor⁵

¹Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia Grafis, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

^{2,5}Program Studi Teknik Komputer, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

³Program Studi Teknik Sipil, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

⁴Program Studi Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

Email: ^{1,*}bisterpurba@polmed.ac.id, ²pputra@polmed.ac.id, ³oktaviasilalahi@polmed.ac.id, ⁴yuliadalimunthe@polmed.ac.id,

⁵wiwinbanjarnahor@polmed.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak– Pelatihan ini dilaksanakan sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat, dengan tujuan memberdayakan tenaga pendidik beserta guru pada SDS Bina Satria Mulia melalui peningkatan keterampilan dalam pembuatan media promosi berbasis multimedia. Pada SDS Bina Satria Mulia proses pembuatan media promosi berbasis multimedia sering menghadapi berbagai hambatan. Diantaranya adalah keterbatasan jumlah tenaga pendidik yang terampil dalam bidang multimedia serta minimnya pengetahuan dan keterampilan teknis yang memadai dalam penggunaan perangkat lunak multimedia. Hal ini tentu mengakibatkan konten promosi yang tidak efektif. Desain yang kurang menarik sehingga media promosi yang dihasilkan mungkin tampak tidak profesional dan kurang menarik. Selain itu keterbatasan pengetahuan tentang perangkat lunak dan alat multimedia mengakibatkan penggunaan yang tidak optimal, menghasilkan konten untuk media promosi dengan kualitas yang rendah. Minimnya pengetahuan tentang multimedia juga menghambat kemampuan untuk menciptakan konten yang inovatif dan menarik sehingga media promosi yang dihasilkan cenderung monoton serta ketidakmampuan untuk mengikuti tren terbaru dalam desain dan teknologi digital membuat promosi menjadi ketinggalan zaman. Sehingga dengan permasalahan yang terjadi tersebut, perlu diadakan Pelatihan Pembuatan Media Promosi Berbasis Multimedia Pada SDS Bina Satria Mulia guna memungkinkan guru dan tenaga pendidik untuk menghasilkan materi promosi yang lebih menarik dan profesional, seperti brosur digital, video profil sekolah, dan posting media sosial serta memperoleh keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak desain grafis, editing video, dan alat multimedia lainnya. Tingkat pemahaman terhadap pembuatan media promosi berbasis multimedia dari peserta yang berjumlah sebanyak 20 orang menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta pelatihan sebelum pelatihan pembuatan media promosi berbasis multimedia dengan 15 orang tidak paham, 3 orang sedikit paham, 1 orang cukup paham dan hanya 1 orang yang paham. Setelah mengikuti pelatihan menghasilkan tingkat pemahaman yaitu cukup paham 2 orang, paham 4 orang dan sangat paham 14 orang. Sehingga disimpulkan bahwa sebelum pelatihan persentase tidak paham mengenai media promosi sebesar 75% dan setelah mengikuti pelatihan persentase meningkat sebesar 70% untuk tingkat pemahaman sangat paham tentang pembuatan media promosi.

Kata Kunci: Media Promosi; Pelatihan; Multimedia.

Abstract– This training was carried out as part of a community service program, with the aim of empowering educators and teachers at SDS Bina Satria Mulia through improving skills in making multimedia-based promotional media. At SDS Bina Satria Mulia, the process of making multimedia-based promotional media often faces various obstacles. Among them are the limited number of educators who are skilled in the field of multimedia and the lack of adequate technical knowledge and skills in the use of multimedia software. This certainly results in ineffective promotional content. The design is less attractive so that the resulting promotional media may appear unprofessional and less attractive. In addition, limited knowledge of multimedia software and tools results in non-optimal use, resulting in low quality content for promotional media. The lack of knowledge about multimedia also hinders the ability to create innovative and interesting content so that the resulting promotional media tends to be monotonous and the inability to keep up with the latest trends in design and digital technology makes promotions outdated. So with the problems that occur, it is necessary to hold a Multimedia-Based Promotional Media Creation Training at SDS Bina Satria Mulia to enable teachers and educators to produce more attractive and professional promotional materials, such as digital brochures, school profile videos, and social media posts and gain technical skills in the use of graphic design software, video editing, and other multimedia tools. The level of understanding of the making of multimedia-based promotional media from 20 participants showed that the level of understanding of the training participants before the training on making multimedia-based promotional media with 15 people did not understand, 3 people understood a little, 1 person understood enough and only 1 person understood. After participating in the training, the level of understanding was quite understood by 2 people, understood by 4 people and understood by 14 people. So, it can be concluded that before the training the percentage of people who did not understand about promotional media was 75% and after attending the training the percentage increased by 70% for the level of understanding of making promotional media.

Keywords: Promotion Media; Training; Multimedia.

1. PENDAHULUAN

Media Promosi adalah salah satu cara atau alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, Perusahaan ataupun yang lainnya untuk lebih dikenal masyarakat lebih luas (Chaeriyantama et al., 2021). Promosi berperan menginformasikan (to storm), membujuk (to persuade) dan mengingatkan (to remind) konsumen agar menanggapi (respond) produk atau jasa yang ditawarkan. Tanggapan yang diinginkan dapat berbagai bentuk, dari kesadaran (awareness) akan keberadaan produk atau jasa sampai pembelian sebenarnya (Diansyah & Khabibah, 2021). Saat ini, tidak sedikit media promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan suatu barang

atau jasa yang ditawarkan seperti “media promosi statis” seperti poster, brosur, spanduk, baliho, billboard dan “media promosi dinamis” iklan TV, iklan radio bahkan dalam bentuk multimedia yang diterapkan secara online atau offline (Ramadhan, Nursidhi, Fakultas Desain, et al., 2017).

Salah satu teknologi yang dapat digunakan dalam melakukan promosi suatu daerah yaitu multimedia mobile (Siswanto et al., 2021). Teknologi multimedia merupakan cabang dari teknologi informasi yang memiliki peranan penting dalam dunia bisnis dan pemasaran, misalnya brosur elektronik, iklan televisi, papan videotronik LED dan lain-lain. Teknologi ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi jasa dan produk berupa promosi digital (*digital promotion*) yang umumnya digunakan di tempat-tempat umum seperti perempatan jalan di setiap kota. Salah satu bentuk multimedia yang dapat digunakan untuk promosi suatu produk barang atau jasa adalah multimedia interaktif. Multimedia interaktif adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang (Sinta & Sembiring, 2017).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ali Ramadhan dkk pada tahun 2017 yang membahas tentang “Pelatihan Pembuatan Media Promosi Memanfaatkan Multimedia Menggunakan Software Adobe Flash Untuk Anak Lulusan SMU Di Kota Tangerang” , menyimpulkan bahwa Media promosi termasuk salah satu cara untuk menyampaikan suatu tujuan. Dengan adanya media promosi, dapat memberikan informasi mengenai suatu hal. Media promosi telah berkembang menjadi berbagai macam cara dan salah satunya melalui multimedia. Multimedia diketahui sebagai salah satu cara untuk memanfaatkan lebih dari satu media. Multimedia saat ini telah berkembang menjadi pilihan untuk membantu menyampaikan informasi dalam hal mempromosikan suatu produk. Lulusan SMU dituntut untuk dapat menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kemapan dan ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Yang secara tidak langsung juga meningkatkan sumber daya manusia untuk lingkungannya (Ramadhan, Nursidhi, & Octaviani, 2017).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ajeng Dwi Pangestu dan Tri ramadani Arjo pada tahun 2022 yang berjudul “Pembuatan Media Promosi Video Iklan Dengan Menggunakan Aplikasi Sony Vegas Pro Untuk Menarik Minat Beli Di Bu’e Kitchen Surabaya” menyimpulkan bahwa Pengukuran kelayakan terhadap kualitas desain video iklan Bu’e Kitchen Surabaya berdasarkan teori EPIC dan AIDA. Hasil analisa data terhadap kuesioner yang disebar menunjukkan bahwa efektivitas menggunakan metode EPIC dengan rentang nilai sebesar 4,49 dengan kategori sangat efektif. Sedangkan efektivitas menggunakan metode AIDA dengan rentang nilai sebesar 88,89% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Sehingga berdasarkan hal tersebut maka video iklan Bu’e Kitchen Surabaya dikatakan layak sebagai media promosi dan siap untuk di publikasikan untuk menarik minat beli konsumen (Dwi Pangestu & Arjo, 2022).

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Mulyati dkk pada tahun 2024 yang berjudul “Media Promosi Berbasis Video Pada Resto Gue BSD” menyimpulkan bahwa Konsep video promosi yang dapat memikat minat customer relasi dan masyarakat pada Resto Gue Bsd yaitu dengan konsep video yang kreatif dan informatif dengan menampilkan audio yaitu voice over dan backsound music, tampilan visual berkualitas HD, serta terdapat visual effect, sehingga menjadi daya tarik promosi untuk calon *customer*, relasi dan masyarakat untuk berkunjung maupun mengadakan event di tempat tersebut (Mulyati et al., 2024).

Menurut Ety Nurhayaty dkk pada penitiannya yang dilakukan pada tahun 2022 yang berjudul “Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau” menyimpulkan bahwa pelatihan membuat media promosi dengan aplikasi canva, sebagai aplikasi yang relatif mudah di pahami, murah dan bisa dilakukan melalui handphone peserta yang berbasis android (Nurhayaty et al., 2022).

Selanjutnya, penelitian juga dilakukan oleh Erfan Karyadiputra dkk pada tahun 2022 yang berjudul “elatihan Video Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada Musyawarah Guru Mata Pelajaran Prakarya (MGMP Prakarya) SMP Kab. Barito Kuala” menyimpulkan bahwa pelatihan media pembelajaran berbasis multimedia seperti pembuatan video pembelajaran menggunakan Powtoon dan Canva ini sangat bermanfaat bagi para yang tergabung dalam Musyawarah Guru Mata Pelajaran Prakarya (MGMP Prakarya) tingkat SMP di Kabupaten Barito Kuala terutama dalam membuat suatu media pembelajaran yang interaktif sekaligus menarik berbasis multimedia. Di era globalisasi seperti saat ini, penerapan teknologi dalam dunia pendidikan juga sesuai dengan kebutuhan para Guru untuk terus meningkatkan kompetensinya baik hard skill maupun soft skill sebagai seorang pengajar profesional sejalan dengan amanat Undang-Undang No. 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Karyadiputra et al., 2022).

Penelitian lain juga dilakukan oleh Oktavianus Lumasuge dkk pada tahun 2020 yang berjudul “Pelatihan Pembuatan Video Profil Berbasis Multimedia Untuk Pemerintah Kampung Kuma1 Kecamatan Tabukan Tengah” menyimpulkan bahwa Pelatihan Pembuatan Video Profil Kampung Berbasis Multi Media Untuk Promosi Potensi Wilayah Kampung Kuma 1 Kecamatan Tabukan Tengah telah dilakukan. Hasil akhir dari kegiatan pelatihan tersebut tersedianya video profil potensi wilayah kampung kuma1 sebagai output kegiatan (Lumasuge et al., 2020).

Penelitian selanjutnya oleh Zaki Nur Rahmat Hidayat dkk pada tahun 2022 yang berjudul “Pembuatan Media Promosi Ekstrakurikuler Kesenian Berbasis Multimedia Di Intra Sekolah Ma Salafiyah Kota Cirebon”

mnwyimpulkan bahwa Berdasarkan hasil dan pembahasan pada metode MDLC telah menghasilkan pembuatan media promosi. Media promosi untuk menunjang daya tarik terhadap siswa/siswi terhadap minat untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler. Media yang dihasilkan berupa media promosi berbentuk video ini sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan dan informasi (Nur Rahmat Hidayat et al., 2022).

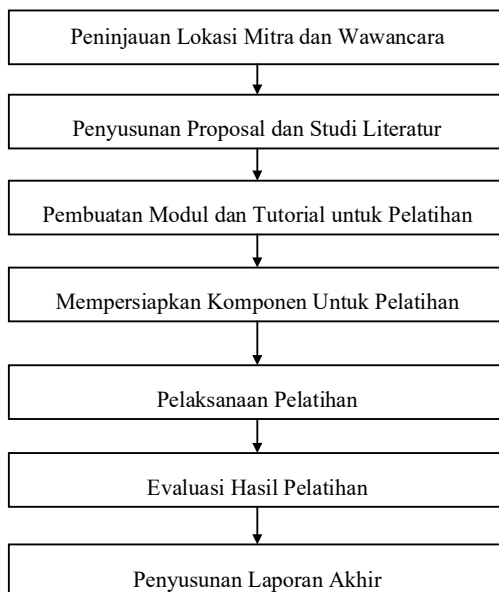
Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rusdi dkk pada tahun 2020 yang berjudul “Pelatihan Pembuatan Media Promosi Berbasis Digital Untuk Cvbersaudara Jaya” menyimpulkan bahwa pelatihan pembuatan media promosi berbasis digital kepada Karyawan CV Bersaudara Jaya sangat bermanfaat untuk mereka dalam meningkatkan keterampilan menggunakan media elektronik seperti laptop dan smartphone untuk merancang dan membuat brosur untuk promosi secara digital baik online maupun offline (Rusdi et al., 2020).

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang dibahawa sebelumnya, maka dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan tim pengabdian dengan pihak Yayasan, tim merasa tertarik untuk memberikan pemahaman dan penambahan skill guru dan tenaga pendidik dalam khususnya pada proses pembuatan media promosi berbasis multimedia. Hal ini dikarenakan pada SDS Bina Satria Mulia proses pembuatan media promosi berbasis multimedia sering menghadapi berbagai hambatan. Diantaranya adalah keterbatasan jumlah tenaga pendidik yang terampil dalam bidang multimedia serta minimnya pengetahuan dan keterampilan teknis yang memadai dalam penggunaan perangkat lunak multimedia. Hal ini tentu mengakibatkan konten promosi yang tidak efektif. Desain yang kurang menarik sehingga media promosi yang dihasilkan mungkin tampak tidak profesional dan kurang menarik. Selain itu keterbatasan pengetahuan tentang perangkat lunak dan alat multimedia mengakibatkan penggunaan yang tidak optimal, menghasilkan konten untuk media promosi dengan kualitas yang rendah. Minimnya pengetahuan tentang mulimedia juga menghambat kemampuan untuk menciptakan konten yang inovatif dan menarik sehingga media promosi yang dihasilkan cenderung monoton serta ketidakmampuan untuk mengikuti tren terbaru dalam desain dan teknologi digital membuat promosi menjadi ketinggalan zaman.

Dari permasalahan di atas maka tim pengabdian tertarik untuk melakukan Pelatihan Pembuatan Media Promosi Berbasis Multimedia Pada SDS Bina Satria Mulia guna memungkinkan guru dan tenaga pendidik untuk menghasilkan materi promosi yang lebih menarik dan profesional, seperti brosur digital, video profil sekolah, dan posting media social serta memperoleh keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak desain grafis, editing video, dan alat multimedia lainnya. Keterampilan multimedia yang diperoleh juga dapat diterapkan dalam pembelajaran di kelas guna meningkatkan pengalaman belajar siswa serta guru dan tenaga pendidik memiliki kemampuan untuk membuat media promosi sendiri dapat mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga atau agen periklanan, yang pada akhirnya dapat menghemat biaya.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pembuatan Media Promosi berbasis Multimedia Pada SDS Bina Satria Mulia dilaksanakan pada 13 September 2024 yang terletak di Jl. Alumunium I No. 10, Tanjung Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara. Metode Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pembuatan Media Promosi berbasis Multimedia Pada SDS Bina Satria Mulia dapat dilihat pada tahapan atau langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 1. Metode dan Tahapan Kegiatan PKM

Keterangan gambar metode dan tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pembuatan Media Promosi berbasis Multimedia Pada SDS Bina Satria Mulia adalah:

- a. **Peninjauan Lokasi Mitra dan Wawancara.**
Sebelum penyusunan proposal pengabdian tim melakukan kunjungan ke lokasi mitra untuk mengetahui mengenai permasalahan yang nantinya akan tim penyusun angkat dalam proposal pengabdian, untuk mengetahui permasalahan apa saja tim penyusun proposal melakukan wawancara dengan pihak yayasan, sekaligus tim penyusun proposal meminta persetujuan kepada mitra untuk melakukan kerjasama dalam pengabdian
- b. **Penyusunan Proposal dan Studi Literatur**
Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra, tim penyusun proposal mengusulkan proposal pengabdian Masyarakat ke P3M Polmed terkait dengan topik permasalahan yang diangkat.
- c. **Pembuatan Modul dan Tutorial Untuk Pelatihan.**
Setelah proposal pengabdian di setujui oleh P3M untuk ditindak lanjuti, maka proses selanjutnya adalah pembuatan modul dan tutorial untuk dilakukan pelatihan di tempat Mitra nantinya.
- d. **Mempersiapkan Komponen Untuk Pelatihan**
Sebelum pelatihan dilakukan oleh tim PKM perlu persiapan perangkat keras (laptop, infocus, printer) dan materi yang akan disampaikan pada pelatihan yaitu modul pelatihan Canva.
- e. **Pelaksanaan Pelatihan**
Pelaksanaan pelatihan akan melibatkan guru dan tenaga pendidik pada SDS Bina Satria Mulia. Pelatihan dilakukan selama 1 (satu) hari di lokasi mitra.
- f. **Evaluasi Hasil Pelatihan**
Setelah pelatihan selesai dilakukan langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi dari pelatihan tersebut. Dalam hal ini evaluasi dilakukan dengan cara simulasi langsung pembuatan media promosi oleh peserta pelatihan. Tujuan dilakukan evaluasi adalah untuk mengetahui apakah pelatihan yang diberikan kepada mitra sudah sesuai dapat berjalan dengan baik.
- g. **Penyusunan Laporan Akhir**
Langkah terakhir yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah menyusun Laporan Akhir Pengabdian yang nantinya diserahkan kepada P3M sebagai bukti dari pelaksanaan pengabdian yang sudah dilakukan oleh tim PKM.

2.1 Pelatihan

Pelatihan merupakan suatu proses yang sudah terencana dalam mengubah sikap, pengetahuan ataupun tingkah laku yang menghasilkan keahlian dengan pengalaman agar mencapai kinerja yang efektif, pelatihan bermanfaat dalam mengembangkan kemampuan individu dan organisasi di masa yang akan datang. Pelatihan adalah proses dalam mengejar keterampilan yang dibutuhkan pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya, yang mana pelatihan karyawan memberikan pengetahuan praktis dan penerapannya dalam dunia kerja perusahaan untuk meningkatkan produktivitas kerja dalam mencapai tujuan yang diinginkan organisasi perusahaan (Ananto et al., 2023). Pelatihan merupakan setiap usaha dalam memperbaiki performansi pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sudah menjadi tanggung jawab perusahaan. Sasaran yang ingin dicapai pada Pelatihan adalah peningkatan kinerja pegawai. Pelatihan merupakan suatu perbaikan kinerja dan meningkatkan motivasi kerja para karyawan yang dibebankan padanya, sehingga karyawan mengalami kemajuan dalam hal pengetahuan, keterampilan dan keahliannya sesuai dengan bidang pekerjaannya. Pelatihan juga sering dipasangkan dengan pendidikan (Elfrianto, 2016).

Ada beberapa indikator yang perlu dipertimbangkan dalam pelatihan dan pengembangan. Indikator yang ada pada pelatihan antara lain (Gustiana et al., 2022):

- a. Tujuan yang mana seperti diketahui bahwa pelatihan ditetapkan sebagai tujuan dalam mendukung tercapainya suatu perencanaan aksi yang dilakukan untuk penetapan sasaran serta hasil-hasil yang diharapkan dari pelatihan yang diselenggarakan.
- b. Sasaran pelatihan harus dapat terinci dan terukur.
- c. Pelatihan umumnya berorientasi pada peningkatan skill, sehingga pegawai yang akan mengikuti pelatihan harus benar-benar dipilih kualifikasi yang sesuai dengan bidang, professional dan berkompeten.
- d. Materi yang diberikan di dalam pelatihan hendaknya diberikan sesuai dengan apa yang akan dibutuhkan.
- e. Metode pelatihan akan lebih menjamin berlangsungnya kegiatan pelatihan yang efektif dan harus sesuai dengan jenis materi serta kemampuan peserta pelatihan.
- f. Peserta pelatihan biasanya adalah peserta yang sudah dipilih sesuai dengan kualifikasinya.

2.2 Media Promosi

Media adalah bentuk bentuk komunikasi baik tercetak maupun audio visual serta peralatannya. Media hendaknya dapat dimanipulasi, dapat dilihat, didengar, dan dibaca. Apapun batasan tersebut yaitu bahwa media adalah segala

sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi. Media adalah berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa yang dapat merangsangnya untuk belajar (Sapriyah, 2019).

Promosi adalah kegiatan dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Umumnya promosi yang dilakukan perusahaan harus didasari oleh tujuan sebagai berikut (Puspitarini & Nuraeni, 2019):

a. Modifikasi tingkah laku.

Pasar adalah tempat pertemuan di mana orang-orang hendak melakukan kegiatan pertukaran, orang-orangnya terdiri dari berbagai macam tingkah laku. Begitu juga dengan pendapat mereka tentang suatu barang atau jasa, ketertarikan, keinginan, dorongan, dan kesetiannya terhadap barang dan jasa.

b. Memberikan Informasi.

Kegiatan promosi ditujukan untuk menginformasikan kepada konsumen yang dituju mengenai suatu produk. Informasi tersebut seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan produk, keistimewaan, dan lain-lain.

c. Membujuk.

Pada umumnya promosi ini kurang disenangi masyarakat. Namun pada kenyataannya, saat ini jenis promosi ini banyak bermunculan. Promosi ini dilakukan untuk mendorong adanya pembeli.

d. Mengingat.

Promosi bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk dihatimasyarakat. Promosi ini dilakukan selamatahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Perusahaan berusaha memperhatikan dan mempertahankan pembeli yang ada, karena pembeli tidak hanya sekali melakukan pembelian melainkan harus berlangsung dan terus menerus.

2.3 Multimedia

Multimedia adalah suatu konsep dan teknologi baru bidang teknologi informasi, di mana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, animasi, dan video disatukan dalam komputer untuk disimpan, diproses, dan disajikan baik secara linier maupun interaktif (Dayyana et al., 2022). Sistem multimedia pada prinsipnya adalah kombinasi dari media dasar audio visual dan visual yang dipergunakan untuk tujuan pembelajaran dan penggunaan secara kombinasi dua atau lebih media pembelajaran ini yang dikenal dengan sistem multimedia. Multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya (Miftah et al., 2018).

Multimedia terbagi menjadi dua kategori, yaitu multimedia linier dan multimedia interaktif. Multimedia linier adalah suatu multimedia yang tidak dilengkapi dengan alat pengontrol apapun yang dapat dioperasikan oleh pengguna. Multimedia ini berjalan sekuensial (berurutan), contohnya TV dan film. Multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya. Contoh multimedia interaktif adalah multimedia pembelajaran interaktif, aplikasi game dan sebagainya (Manurung, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diawali dengan sesi pendahuluan di salah satu ruangan kelas yang dilaksanakan mulai dari pagi hari, yang meliputi sambutan dari Keyua Yayasan dan Kepala Sekolah SDS Bina Satria Mulia. Sesi selanjutnya adalah pemaparan materi pelatihan yang mencakup konsep dasar dari pembuatan akun Canva, pengenalan interface Canva, memilih template desain dan melakukan proses desain sederhana hingga ke tahap penyelesaian desain dengan melakukan ekspor ke multimedia sesuai dengan kebutuhan. Dari hasil pelatihan diharapkan guru-guru mampu memperoleh keterampilan dalam merancang materi visual, seperti poster, brosur, dan infografi. Mereka diajari prinsip desain dasar seperti penggunaan warna, tipografi, dan tata letak agar hasil desain lebih profesional dan menarik. Melalui pelatihan, guru menjadi familiar dengan alat desain sederhana seperti Canva, yang memungkinkan mereka membuat media promosi tanpa perlu keahlian desain grafis yang mendalam. Mereka dapat memanfaatkan template dan fitur di Canva untuk mendukung kecepatan dan kualitas desain.

Pelatihan berlangsung selama kurang lebih 2 jam yang berlangsung sangat intensif dan pemaparan materi pelatihan yang mudah dipahami peserta pelatihan seperti pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan

Inti dari kegiatan adalah praktik membuat desain secara interaktif hingga menghasilkan suatu produk digital yang bisa untuk dipromosikan. Guru mempelajari prinsip dasar branding yang membantu memperkuat identitas sekolah dalam setiap materi promosi yang dibuat, termasuk penggunaan logo, warna khas, dan elemen lain yang mencerminkan karakter sekolah. Proses praktik langsung ini memakan waktu kurang lebih 1 jam. Setelah sesi praktik langsung pembuatan media promosi digital, dilanjutkan dengan dilakukannya evaluasi singkat dan diskusi untuk mengevaluasi pemahaman peserta serta menyoroti tantangan dan peluang dalam menerapkan teknologi informasi di SDS Bina Satria Mulia. Dengan hasil-hasil ini, guru lebih mampu mempromosikan kegiatan dan program sekolah secara menarik dan informatif, yang tidak hanya bermanfaat untuk memperkuat citra sekolah tetapi juga untuk meningkatkan keterlibatan komunitas sekolah dan masyarakat luas.

Kegiatan diakhiri dengan sesi penutupan dan serah terima produk barang sebagai bentuk ungkapan terimakasih dan sebagai bentuk kepedulian untuk menunjang kelancaran proses belajar mengajar yang dilakukan di SDS Bina Satria Mulia Medan seperti pada gambar 3 berikut.

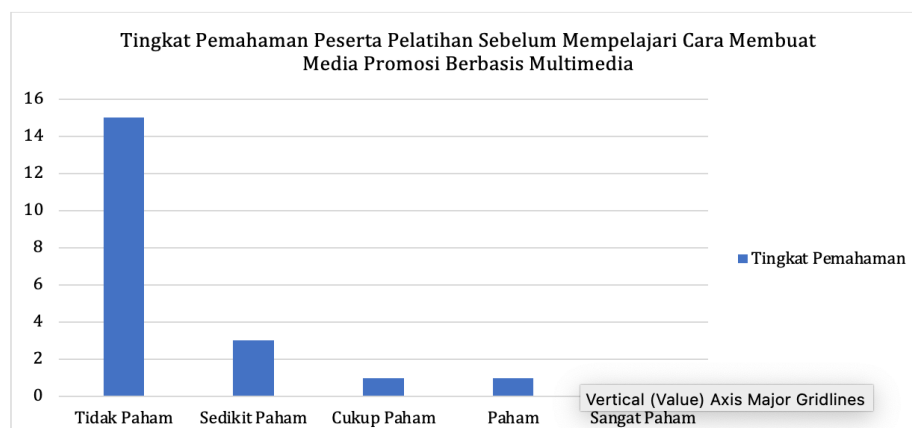


Gambar 3. Serah terima sumbangan barang kepada pihak Yayasan

3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

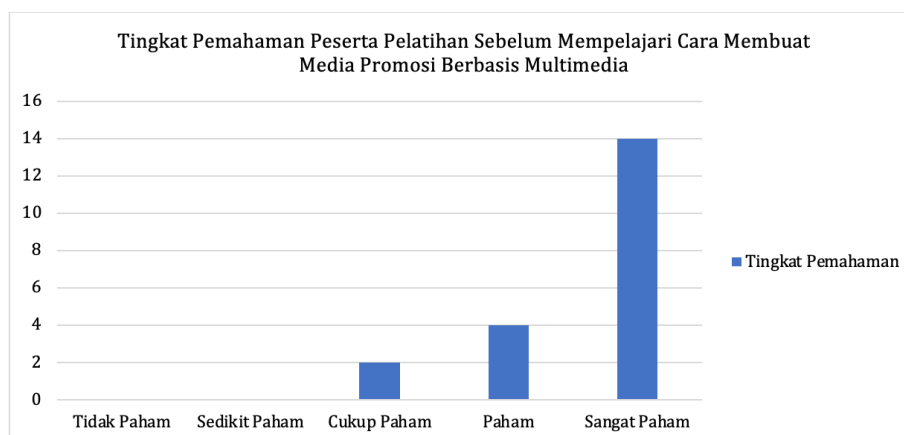
Pelatihan Pembuatan Media Promosi Berbasis Multimedia Pada SDS Bina Satria Mulia ini guna memungkinkan guru dan tenaga pendidik untuk menghasilkan materi promosi yang lebih menarik dan profesional, seperti brosur digital, video profil sekolah, dan posting media sosial. Memperoleh keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak desain grafis, editing video, dan alat multimedia lainnya. Keterampilan multimedia yang diperoleh juga dapat diterapkan dalam pembelajaran di kelas guna meningkatkan pengalaman belajar siswa serta guru dan tenaga pendidik memiliki kemampuan untuk membuat media promosi sendiri serta mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga atau agen periklanan, yang pada akhirnya dapat menghemat biaya.

Berikut ini merupakan diagram tingkat pemahaman terhadap pembuatan media promosi berbasis multimedia dari peserta yang berjumlah sebanyak 20 orang:



Gambar 4. Pemahaman Sebelum Mempelajari Cara Membuat Media Promosi Berbasis Multimedia

Setelah melakukan pelatihan pembuatan media promosi berbasis multimedia yang dilakukan secara langsung dan terbimbing, maka para peserta yang awalnya tidak paham tentang bagaimana membuat media promosi berbasis multimedia sekarang telah memahami bagaimana untuk membuat media promosi yang bisa meningkatkan penggunaan perangkat lunak desain grafis, editing video, dan alat multimedia lainnya.



Gambar 4. Pemahaman Stelah Mempelajari Cara Membuat Media Promosi Berbasis Multimedia

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi masa kini khususnya pemanfaatan perangkat lunak untuk mendesain. Hal ini terlihat dari Pelatihan Pembuatan Media Promosi Berbasis Digital yang telah berhasil meningkatkan keterampilan guru dan tenaga pendidik untuk menghasilkan materi promosi yang lebih menarik dan profesional, seperti brosur digital, video profil sekolah, dan postingan media sosial. Hal ini tentunya bermanfaat juga untuk pihak sekolah mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga atau agen periklanan. Melalui pelatihan pembuatan media promosi ini juga dapat membantu guru untuk menyajikan bahan ajar interaktif yang lebih menarik sehingga menarik minat siswa untuk belajar. Tingkat pemahaman terhadap pembuatan media promosi berbasis multimedia dari peserta yang berjumlah sebanyak 20 orang menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta pelatihan sebelum pelatihan pembuatan media promosi berbasis multimedia dengan 15 orang tidak paham, 3 orang sedikit paham, 1 orang cukup paham dan hanya 1 orang yang paham. Setelah mengikuti pelatihan menghasilkan tingkat pemahaman yaitu cukup paham 2 orang, paham 4 orang dan sangat paham 14 orang. Sehingga disimpulkan bahwa sebelum pelatihan persentase tidak paham mengenai media promosi sebesar 75% dan setelah mengikuti pelatihan persentase meningkat sebesar 70% untuk tingkat pemahaman sangat paham tentang pembuatan media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, M. R., Nururrohman, T., & Natalia, D. U. (2023). Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 1, 126–136.
- Chaeriyantama, F., Mustika, & Demsi Dupri, M. (2021). *PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC*.
- Dayyana, S., Haryadi, & Luriawati, D. N. (2022). MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS MULTIMEDIA INTERAKTIF PADA PEMBELAJARAN MENULIS TEKS DESKRIPSI BERMUATAN BUDAYA LOKAL. *ASAS: JURNAL SASTRA*, 11, 163–177.
- Diansyah, A. N., & Khabibah, U. (2021). PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI DENGAN VIDEO COMPANY PROFILE MENGGUNAKAN APLIKASI ADOBE PREMIERE PRO CC 2018 PADA UMKM D'SIL HOME MADE MALANG. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 58–88.
- Dwi Pangestu, A., & Arjo, T. R. (2022). PEMBUATAN MEDIA PROMOSI VIDEO IKLAN DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI SONY VEGAS PRO UNTUK MENARIK MINAT BELI DI BU'E KITCHEN SURABAYA. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 1–6.
- Elfrianto. (2016). MANAJEMEN PELATIHAN SUMBER DAYA MANUSIA. *Jurnal EduTech*, 2(2), 46–58.
- Gustiana, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA (SUATU KAJIAN LITERATUR REVIEW ILMU MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA). *JEMSI (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi)*, 3(6), 657. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6>
- Sapriyah. (2019). *MEDIA PEMBELAJARAN DALAM PROSES BELAJAR MENGAJAR*. 2(1), 470–477.
- Karyadiputra, E., Pratama, S., Alim Muin, A., Setiawan, A., & Yusa Rahman, F. (2022). Pelatihan Video Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada Musyawarah Guru Mata Pelajaran Prakarya (MGMP Prakarya) SMP Kab. Barito Kuala. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 89–94.

- Lumasuge, O., Tindi, A., & Sinsu, N. (2020). PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PROFIL BERBASIS MULTIMEDIA UNTUK PEMERINTAH KAMPUNG KUMA1 KECAMATAN TABUKAN TENGAH. *Jurnal Ilmiah Tatengkorang*, 4(1), 21–26.
- Manurung, P. (2020). MULTIMEDIA INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MASA PANDEMI COVID 19. *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah*, 14(1).
- Miftah, M., Propinsi, B., & Tengah, J. (2018). PENGEMBANGAN DAN PEMANFAATAN MULTIMEDIA DALAM PEMBELAJARAN INTERAKTIF THE DEVELOPMENT AND UTILIZATION OF MULTIMEDIA FOR INTERACTIVE LEARNING. In *Jurnal Litbang: Vol. XIV* (Issue 2).
- Mulyati, Choirunnisa, I., & Solahudin, P. (2024). Media Promosi Berbasis Video Pada Resto Gue BSD. *MAVIB Journal*, 5(1), 1–13.
- Nur Rahmat Hidayat, Z., Irma Purnamasari, A., & Suprapti, T. (2022). PEMBUATAN MEDIA PROMOSI EKSTRAKURIKULER Kesenian Berbasis Multimedia Di Intra Sekolah Ma Salafiyah Kota Cirebon. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 642–648.
- Nurhayaty, E., Marginingsih, R., Susilowati, I. H., & Pramularso, Y. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69–77. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Ramadhan, A., Nursidhi, A., Fakultas Desain, R. O., Seni, D., Universitas, K., & Buana, M. (2017). *PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MEMANFAATKAN MULTIMEDIA MENGGUNAKAN SOFTWARE ADOBE FLASH UNTUK ANAK LULUSAN SMU DI KOTA TANGERANG*. <http://www.tangerangkota.go.id>
- Ramadhan, A., Nursidhi, A., & Octaviani, R. (2017). PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MEMANFAATKAN MULTIMEDIA MENGGUNAKAN SOFTWARE ADOBE FLASH UNTUK ANAK LULUSAN SMU DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 3(1), 41–52. <http://www.tangerangkota.go.id>
- Rusdi, M., Mahalisa, G., Alfah, R., & Rusdina. (2020). *PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BERBASIS DIGITAL UNTUK CV BERSAUDARA JAYA*. 261–266.
- Sinta, G., & Sembiring, E. B. (2017). *MULTIMEDIA INTERAKTIF UNTUK PROMOSI PRODUK PADA PEGADAIAN MENGGUNAKAN METODE GODFREY*. www.pegadaian.co.id
- Siswanto, V. A., Rizqi, D., Stmik, W., Pratama, W., & Sari, P. (2021). *MEDIA PROMOSI PARIWISATA BATANG BERBASIS MULTIMEDIA MOBILE*.