

OPTIMALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PEMBUATAN KONTEN VIDEO PEMBELAJARAN BAGI KARYAWAN PT. REGHAS GLOBAL EDUCATION

Nurhayani Lubis¹; Hardi², Nofrizal³; Sri Maryanti⁴; Inova Fitri Siregar⁵

FEB Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581
E-mail : nurhayanalubis@unilak.ac.id (Koresponding)

Abstract: This community service activity aimed to optimize the use of digital technology in video content creation for employees of PT Reghas Global Education. Digital transformation in the education sector requires institutions to possess creative and professional video content production capabilities; however, employees' technical competencies remain limited. The activity was implemented through technical training, hands-on practice mentoring, and the strengthening of digital branding strategies. Evaluation was conducted using questionnaires administered before and after the activity. The results showed a 60 percentage-point increase in participants categorized as understanding/very understanding, shifting from an initial condition dominated by the less understanding category to a dominant level after the training. In addition, the less understanding category decreased to 0% at the end of the activity. These findings indicate that practice-based training methods are effective in improving employees' competencies and self-confidence. This community service activity is expected to support service quality improvement, institutional image strengthening, and sustainable utilization of digital technology at PT Reghas Global Education.

Keywords: *Educational Digital Transformation, Video Content Creation Training*

Percepatan transformasi digital di sektor pendidikan membuat konten video menjadi medium kunci dalam penyampaian materi yang efektif, menarik, dan skalabel. Laporan UNICEF tentang pembelajaran digital di Indonesia menegaskan bahwa pandemi mendorong “lonjakan inovasi platform dan konten” yang melibatkan pemerintah dan swasta, memperluas akses dan mempercepat adopsi teknologi pembelajaran. Ini menunjukkan bahwa institusi pendidikan dan pelatihan tidak lagi bersaing hanya pada kualitas materi, tetapi juga pada kemampuan produksi dan distribusi konten digital yang relevan, konsisten, dan mudah diakses. Ketika infrastruktur dan kebiasaan belajar daring telah menguat, kebutuhan akan konten video yang terencana, ringkas, dan berdaya jelajah menjadi semakin mendesak untuk menjawab ekspektasi pembelajar masa kini.

Dalam konteks Indonesia, besarnya basis pengguna video daring memperkuat urgensi tersebut. Datareportal mencatat bahwa pada awal 2024 terdapat sekitar 139 juta pengguna YouTube di Indonesia,

menggambarkan peluang distribusi pengetahuan yang sangat luas sekaligus standar baru bagi kualitas kemasan materi edukasi. UNESCO juga menyoroti bahwa Indonesia “memanfaatkan berbagai platform digital untuk meningkatkan pemerataan dan kualitas pendidikan,” sehingga kompetensi memproduksi video pembelajaran bukan lagi pelengkap, melainkan bagian dari kapabilitas inti lembaga yang ingin tetap relevan dan kompetitif. Dengan demikian, daya saing pendidikan kini ditentukan oleh kemampuan tim menyusun naskah, merancang alur visual, mengelola perekaman, dan melakukan penyuntingan (*editing*) yang efisien agar pesan pembelajaran sampai dengan kuat.

Di sisi pedagogi, riset menegaskan bahwa video akan benar-benar berdampak bila dirancang secara instruksional, bukan sekadar “merekam lalu unggah.” Prinsip-prinsip desain video yang efektif menekankan pengelolaan beban kognitif, keterlibatan aktif, dan aktivasi belajar agar penonton tidak sekadar menonton, tetapi

memproses dan mempraktikkan pengetahuan. Pendekatan *microlearning* berbasis video juga terbukti meningkatkan penyelesaian pelatihan dan performa, terutama ketika materi dipotong menjadi bagian-bagian singkat yang berfokus pada satu tujuan belajar. Dengan merujuk pada panduan riset, pelatihan ini akan menekankan storyboard instruksional, segmentasi konten, dan aktivitas pasca-tonton (misalnya kuis singkat atau tugas praktik), sehingga setiap video tidak hanya informatif, tetapi juga mendorong perubahan perilaku kerja. “*Effective use of video is enhanced when instructors consider cognitive load, student engagement, and active learning.*” (Brame, 2016) Temuan mutakhir tentang *video-based learning* dan *microlearning* menguatkan strategi ini.

Berangkat dari realitas internal, PT Reghas Global Education di Pekanbaru masih berusia sekitar dua tahun (berumur 1 tahun) dan perlu bersaing dengan perusahaan sejenis yang lebih dulu mapan. Pada fase pertumbuhan dini seperti ini, diferensiasi melalui kualitas konten video pembelajaran menjadi strategi yang relatif rendah biaya namun berdampak tinggi untuk membangun brand *credibility*, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan *engagement* peserta. Di pasar yang semakin padat, institusi yang mampu menyajikan video edukasi terkurasi, konsisten, dan relevan akan lebih mudah memperoleh kepercayaan publik. Tren regional misalnya penguatan ekosistem video untuk edukasi dan komersial menunjukkan bahwa organisasi yang cepat membangun kompetensi konten digital akan lebih adaptif terhadap kolaborasi lintas *platform* dan model pembelajaran hibrida. “*Digital platforms are becoming a norm... the education sector is rapidly transforming,*” sehingga penguatan kapasitas produksi video di Reghas adalah langkah strategis untuk menaikkan kelas tanpa menunggu skala besar.

Selain peluang, ada pula tantangan yang perlu direspons melalui pelatihan yang tepat. Studi tentang kesenjangan keterampilan digital menyoroti *mismatch* antara kebutuhan industri dan kompetensi yang tersedia; tanpa

peningkatan keterampilan, organisasi akan sulit memetik manfaat penuh dari transformasi digital. Di saat yang sama, pekerja Indonesia menilai keterampilan digital sebagai prioritas untuk masa depan karier, menunjukkan adanya demand internal yang bisa diaktivasi melalui program yang terstruktur dan aplikatif. Untuk Reghas, pelatihan produksi video yang memadukan teknik teknis (*shooting, lighting, audio, editing*) dan strategi instruksional (tujuan belajar, evaluasi, CTA pembelajaran) akan menutup gap kompetensi, memperkuat proses on-the-job training, dan mempercepat pengembangan konten unggulan yang menjadi pembeda di tengah kompetisi lokal. “*Most Indonesian employees (60%) consider digital skills the most important to acquire,*” (Gayatri, 2022) menjadi dasar kuat bahwa investasi pada pelatihan ini selaras dengan kebutuhan SDM dan arah transformasi pasar.

Dari analisis situasi tersebut, beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Kompetensi Teknis dalam Produksi Konten Video Pembelajaran
Sebagian besar karyawan Reghas Global Education belum memiliki keterampilan teknis yang memadai dalam proses pembuatan video pembelajaran. Mereka menghadapi kendala mulai dari perencanaan konten (*content planning*), pengambilan gambar, pengaturan audio-visual, hingga proses penyuntingan menggunakan perangkat lunak editing. Kondisi ini membuat kualitas video yang dihasilkan belum mampu memenuhi standar menarik, informatif, dan profesional sebagaimana diharapkan oleh peserta pelatihan maupun calon pengguna konten. Kurangnya pelatihan formal serta minimnya pengalaman praktis menyebabkan potensi besar teknologi digital di lembaga ini belum termanfaatkan secara optimal.

2. Rendahnya Pemanfaatan Strategis Teknologi Digital untuk Branding dan Distribusi Konten Walaupun Reghas Global Education sudah mulai menggunakan media sosial dan platform daring, pemanfaatannya masih bersifat sporadis dan belum berbasis strategi digital yang terarah. Belum ada standar atau pedoman mengenai gaya visual, alur komunikasi, dan branding identity lembaga yang konsisten melalui video pembelajaran. Padahal, di era kompetisi lembaga pelatihan yang semakin ketat, kehadiran konten video yang terencana dan terukur berperan penting dalam meningkatkan visibilitas serta kepercayaan publik. Kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital berbasis video menyebabkan lembaga ini belum dapat bersaing secara optimal dengan lembaga sejenis yang lebih mapan.
3. Ketiadaan Sistem dan Budaya Produksi Konten Digital yang Berkelanjutan Sebagai perusahaan yang relatif baru (berumur sekitar dua tahun), PT. Reghas Global Education belum memiliki sistem kerja dan budaya organisasi yang mendukung pengembangan konten digital secara berkelanjutan. Produksi konten video masih bersifat insidental, belum ada tim khusus yang mengelola proses produksi dan evaluasi hasil pembelajaran berbasis media digital.

METODE

Untuk mencapai solusi yang telah disampaikan sebelumnya, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan metode yang sistematis yakni sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

Terdapat 3 tahapan yang dilakukan dalam pengabdian ini, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan awal yang bertujuan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program, antara lain:

- a. Identifikasi kebutuhan mitra
- b. Penyusunan materi pelatihan
- c. Penentuan jadwal dan tempat: Mengatur waktu dan lokasi pelatihan agar sesuai dengan ketersediaan peserta dan fasilitas pendukung.
- d. Koordinasi tim pengabdian: Membentuk tim fasilitator yang kompeten di bidang videografi dan pemasaran digital serta membagi tugas secara jelas.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan proses inti dari kegiatan pengabdian masyarakat berupa:

- a. Pemberian materi teori: Menyampaikan konsep dasar pembuatan konten video promosi secara interaktif agar peserta memahami pentingnya media visual dalam pemasaran digital.
- b. Praktik langsung pembuatan video: Peserta diajak membuat konten video menggunakan perangkat sederhana (*smartphone*) dengan bimbingan langsung dari fasilitator sehingga mereka dapat menguasai teknik pengambilan gambar, editing dasar, hingga penyusunan narasi promosi.
- c. Diskusi dan tanya jawab: Memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya mengenai kendala atau ide kreatif dalam membuat konten sehingga terjadi interaksi aktif selama sesi berlangsung.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program sekaligus memberikan umpan balik bagi perbaikan ke depan:

- a. Penilaian hasil karya peserta: Mengkaji kualitas video promosi yang telah dibuat oleh masing-masing peserta berdasarkan kriteria kreativitas, teknis produksi, serta kesesuaian pesan promosi dengan target pasar travel umrah.

- b. Survei kepuasan peserta: Mengumpulkan feedback mengenai materi pelatihan, metode penyampaian fasilitator, serta manfaat yang dirasakan setelah mengikuti kegiatan tersebut melalui kuesioner atau wawancara singkat.

Dengan tahapan tersebut diharapkan PT Reghas Global Education mampu meningkatkan kapasitas sumber daya manusianya dalam memproduksi konten video berkualitas sebagai media promosi efektif.

HASIL

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pembuatan Konten Video Pembelajaran bagi Karyawan Reghas Global Education telah dilaksanakan pada 6 Februari 2026. Kegiatan ini menghadirkan Bapak Arpan, S.Kom sebagai pemateri utama yang menyampaikan materi terkait pemanfaatan teknologi digital dalam perencanaan, produksi, dan penyuntingan konten video pembelajaran. Kegiatan pengabdian diikuti oleh 10 orang peserta yang merupakan pegawai PT Reghas Global Education, dengan antusiasme yang tinggi selama proses penyampaian materi, diskusi, dan praktik. Pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar dan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam pembuatan konten video pembelajaran berbasis teknologi digital.



Gambar 2. Peserta Antusias Mengikuti Kegiatan Pengabdian.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan sangat lancar dan sukses, sesuai dengan tujuan dan rencana yang telah ditetapkan. Selama pelaksanaan

kegiatan, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, yang terlihat dari keaktifan mereka dalam mengikuti setiap sesi serta banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait pembuatan dan pengembangan konten video pembelajaran. Partisipasi aktif peserta dalam diskusi dan sesi tanya jawab mencerminkan tingginya minat serta kebutuhan akan peningkatan kompetensi di bidang pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung proses pembelajaran di PT Reghas Global Education.



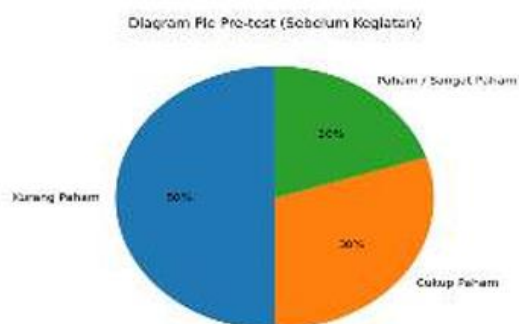
Gambar 3. Peserta Kegiatan Pengabdian Berfoto Bersama Tim Pengabdian

Evaluasi kuantitatif menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 10 (sepuluh) peserta sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*Post-test*) pelatihan memberikan gambaran perubahan kompetensi yang jelas. Pada *pre-test*, distribusi jawaban menunjukkan 50% (5 orang) berada pada kategori “kurang paham”, 30% (3 orang) “cukup paham”, dan 20% (2 orang) “paham/sangat paham”. Setelah pelatihan dan praktik langsung, terjadi pergeseran signifikan: pada *Post-test* 0% (0 orang) “kurang paham”, 20% (2 orang) “cukup paham”, dan 80% (8 orang) “paham/sangat paham”.

Dengan demikian kategori paham/sangat paham meningkat dari 20% menjadi 80% (kenaikan +60 persentase poin), sedangkan kategori kurang paham turun dari 50% menjadi 0% (penurunan -50 persentase poin), yang mengindikasikan efektivitas intervensi pelatihan dalam meningkatkan kapasitas produksi konten video.

PEMBAHASAN

Perbedaan kondisi sebelum dan sesudah pelatihan divisualisasikan dalam dua diagram pie untuk memudahkan interpretasi: (1) Diagram *Pie Pre-test* (Sebelum Kegiatan) yang menampilkan porsi besar pada kategori “kurang paham”, dan (2) Diagram *Pie Post-test* (Sesudah Kegiatan) yang memperlihatkan dominasi kategori “paham/sangat paham”.



Gambar 4. Diagram *Pie Pre-test* (Sebelum Kegiatan)

Terlihat porsi terbesar pada kategori Kurang Paham (50%), diikuti Cukup Paham (30%), dan Paham/Sangat Paham (20%).



Gambar 5. Diagram *Pie Post-test* (Sesudah Kegiatan)

Terlihat dominasi kategori Paham/Sangat Paham (80%), Cukup Paham (20%), dan Kurang Paham (0%).

Perbandingan antara Diagram *Pie Pre-test* dan *Post-test* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta yang sangat signifikan setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Pada kondisi awal (*pre-test*), mayoritas peserta masih berada pada kategori kurang paham dan cukup paham, yang mencerminkan keterbatasan kompetensi karyawan dalam pemanfaatan teknologi

digital untuk pembuatan konten video. Namun, setelah pelatihan, terjadi pergeseran distribusi yang jelas ke kategori paham/sangat paham, yang mendominasi hasil *Post-test*. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang mengombinasikan pemaparan materi, diskusi, dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan temuan Rahmawati et al. (2022) dalam jurnal pengabdian yang menyatakan bahwa pelatihan pembuatan konten digital berbasis praktik langsung mampu meningkatkan keterampilan teknis dan kepercayaan diri peserta secara signifikan. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Sari dan Putra (2022) yang menunjukkan bahwa pelatihan konten video pada organisasi jasa berdampak positif terhadap kemampuan komunikasi digital dan efektivitas penyampaian informasi.

Peningkatan kompetensi produksi video terjadi secara optimal ketika pelatihan difokuskan pada kebutuhan nyata peserta dan menggunakan perangkat yang mudah diakses. Hal ini sejalan dengan pendekatan kegiatan pengabdian di PT Reghas Global Education yang menggunakan perangkat sederhana namun aplikatif. Selain itu, pelatihan pembuatan konten video bagi karyawan mampu meningkatkan efektivitas kerja dan kualitas output organisasi secara berkelanjutan.

Penelitian pengabdian oleh Nugroho et al. (2021) turut mendukung hasil ini dengan menyatakan bahwa visualisasi evaluasi melalui diagram *Pie Pre-test* dan *Post-test* memberikan gambaran yang jelas mengenai dampak kegiatan pengabdian terhadap peningkatan kompetensi peserta. Dengan demikian, hasil yang ditunjukkan pada diagram pie dalam kegiatan ini tidak hanya menggambarkan keberhasilan program secara internal, tetapi juga menguatkan bukti empiris dari berbagai kegiatan pengabdian terdahulu bahwa pelatihan teknologi digital berbasis praktik merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas sumber daya

manusia di lingkungan organisasi.

SIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini:

1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pembuatan Konten Video bagi Karyawan PT Reghas Global Education telah terlaksana dengan baik, lancar, dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.
2. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pembuatan konten video, yang ditunjukkan oleh hasil kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan.
3. Hasil evaluasi kuesioner menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada kategori paham/sangat paham, dari kondisi awal yang didominasi kategori kurang paham menjadi dominan paham/sangat paham setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan.
4. Metode pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta secara cepat dan aplikatif.
5. Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam mendukung peningkatan kapasitas sumber daya manusia di PT Reghas Global Education, khususnya dalam penguatan kemampuan produksi konten video berbasis teknologi digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Aminah, I. S. (2024). Pelatihan pembuatan konten video pendidikan bagi calon pendidik. *Jurnal Larisma*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education Limited. Mahmudah, D.

(2024). Pengaruh pelatihan video content creator terhadap kemampuan peserta. *Jurnal Sosial dan Komunitas Multimedia*.

- Mazurchenko, A., & Zelenka, M. (2025). Employees' digital competency development in construction and automotive sectors. *Central European Business Review*.
- Nugroho, F. A., Santoso, B., & Wibowo, T. S. (2021). Pengaruh video promosi terhadap awareness produk UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(1), 45-53.
- Prasetya, D. B. Y., Rohman, Y. L., Setiawati, A. S., & Nugroho, Y. (2025). Penguatan kreativitas dan kompetensi digital siswa melalui pelatihan pembuatan konten video dengan CapCut. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(2), 536-544.
- Rahmawati, N. D. K., Santoso, E. B., & Wijayanti, L. M. (2022). Pelatihan pembuatan konten digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 22-30.
- Santoso, J. (2025). Pengaruh pelatihan pembuatan konten digital marketing terhadap kompetensi peserta. *SELAYAR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 69-76.
- Sari, D. P., & Putra, A. R. (2022). Strategi pemasaran digital pada industri travel umroh. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 123-135.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal