

# Pemanfaatan Aplikasi Android dalam Promosi Kain Sasirangan oleh Pengrajin di Bantaran Sungai Lulut sebagai *Digital Startup* di Masa Pandemi Covid-19

Putri Yunita Permata Kumala Sari<sup>1\*</sup>, Eva Qomariah<sup>2</sup>, Muhammad Jazuli<sup>1</sup>, Juju Masunah<sup>3</sup>,  
Wahyu Lestari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Prodi S3 Pendidikan Seni Pascasarjana Universitas Negeri Semarang, Gedung A Kampus Pascasarjana Jl Kelud Utara III, Semarang, Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Seni Pertunjukan Universitas Lambung Mangkurat, Jl. Brigjen H. Hasan Basri, Kayu Tangi, Banjarmasin, Indonesia

<sup>3</sup>Prodi Pendidikan Seni Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia, Jl Setiabudi No.229, Isola, Sukasari, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding Author: [putri999@students.unnes.ac.id](mailto:putri999@students.unnes.ac.id)

**Abstrak.** Pandemi Covid-19 tidak serta merta hanya memberikan dampak buruk bagi global, namun ternyata ada banyak hikmah yang dapat dipetik dari pandemi yang telah lalu. Salah satunya memberikan peluang bisnis yang lebih baik bagi para pengrajin kain tradisional Kalimantan Selatan, yaitu kain Sasirangan. Yang mana awalnya hanya menggunakan aspek kewirausahaan dalam bidang promosi yang belum mengenal teknologi digital untuk kegiatan promosi, khususnya pada para pengrajin yang berada di pinggir bantaran Sungai Martapura. Salah satunya pengrajin kain Sasirangan yang ada di Mads Sasirangan Kabupaten Banjar, Kalimantan selatan. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kualitas promosi produk Mads Sasirangan melalui penggunaan aplikasi android dan untuk mengukur efektivitas aplikasi yang digunakan. Kualitatif dipilih untuk memotret fenomena digital startup yang diupayakan para pengrajin kain Sasirangan. Berdasarkan pengamatan didapatkan informasi mengenai: (1) cara penggunaan aplikasi VN dan Capcut dalam pembuatan video promosi berbagai produk Mads Sasirangan. (2) tahapan-tahapan pembuatan video promosi produk Mads Sasirangan yang terdiri dari empat tahapan: (a) persiapan aplikasi VN dan Capcut, (b) merencanakan produk yang akan dipromosikan, adapun produk-produk Mads Sasirangan yaitu, kain Sasirangan, baju kaos Sasirangan, sejadah Sasirangan, dll (c) mendokumentasikan produk Mads Sasirangan berupa foto dan video, (d) proses *editing* menggunakan aplikasi VN dan Capcut, (3) menjelaskan efektivitas video promosi dan aplikasi yang digunakan pengrajin. Penggunaan aplikasi android dalam video promosi produk Mads Sasirangan menjadi awal membuka peluang bisnis digital sebagai upaya mempertahankan perekonomian bagi masyarakat pengrajin di bantaran Sungai Martapura dari masa pandemi covid-19 hingga sekarang. Walau memang efektivitasnya belum begitu signifikan, dikarenakan belum dapat meningkatkan omset penjualan.

**Kata Kunci:** Aplikasi Android; Video Promosi; Kain Tradisional Sasirangan; Digital Startup; Masa Pandemi Covid-19

**Abstract.** The Covid-19 pandemic does not necessarily only have a negative impact on the world, but in fact there are many lessons that can be learned from past pandemics. One of them is providing better business opportunities for traditional South Kalimantan cloth craftsmen, namely the Sasirangan cloth. Which initially only used entrepreneurial aspects in the field of promotion who were not familiar with digital technology for promotional activities, especially for craftsmen who were on the banks of the Martapura River. One of them is the craftsman of the Sasirangan cloth in Mads Sasirangan, Banjar Regency, South Kalimantan. This article aims to determine the quality improvement of Mads Sasirangan product promotion through the use of the android application and to measure the effectiveness of the application used. Qualitative was chosen to capture the digital startup phenomenon that Sasirangan cloth craftsmen strive for. Based on observations, information was obtained regarding: (1) how to use the VN and Capcut applications in making promotional videos for various Mads Sasirangan products. (2) the stages of making promotional videos for Mads Sasirangan products which consist of four stages: (a) preparation of VN and Capcut applications, (b) planning products to be promoted, as for Mads Sasirangan products namely, Sasirangan fabrics, Sasirangan T-shirts, sejadah Sasirangan, etc. (c) documenting Mads Sasirangan products in the form of photos and videos, (d) the *editing* process using the VN and Capcut applications, (3) explaining the effectiveness of promotional videos and applications used by craftsmen. The use of the android application in the promotional video for Mads Sasirangan products is the beginning of opening up digital business opportunities as an effort to maintain the economy for the artisan community on the banks of the Martapura River from the time of the Covid-19 pandemic until now. Even though the effectiveness is not very significant, because it has not been able to increase sales turnover.

**Keywords:** Android application; Promotional Videos; Sasirangan Traditional Cloth; Digital Startups; During the Covid-19 Pandemic

**How to Cite:** Sari, P. Y. P. K., Qomariah, E., Jazuli, M., Masunah, J., & Lestari, W. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Android dalam Promosi Kain Sasirangan oleh Pengrajin di Bantaran Sungai Lulut sebagai Digital Startup di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 2023, 612-622.

## PENDAHULUAN

Sungai Lutut merupakan merupakan anak Sungai Martapura dan juga nama Kelurahan yang menjadi bagian wilayah Kecamatan Banjarmasin Timur, yang memiliki wilayah paling luas dibandingkan kelurahan lainnya di Kota Banjarmasin yaitu 8,63 Km<sup>2</sup>, dengan kondisi topografis terletak pada ketinggian tempat rata-rata 0.16 m dibawah permukaan laut (dpl) dan hampir seluruh wilayah dialiri oleh Sungai Martapura dan bermuara di Sungai Barito (BPBD Kota Banjarmasin, 2021 dalam Khatimah et al., 2021, p. 505). Masyarakat di Bantaran Sungai Lutut ini memiliki berbagai mata pencaharian seperti nelayan, penjual di pasar terapung Lok Baintan, hingga pengrajin kain Sasirangan. Rata-rata masyarakat di bantaran Sungai Lutut yang merupakan anak Sungai Martapura ini menjalankan aktivitas kesehariannya masih menganut nilai-nilai tradisional, termasuk dalam kewirausahaan.

Kain Sasirangan yang merupakan kain tradisional masyarakat Banjar Kalimantan Selatan produksi dari masyarakat di bantaran Sungai Lutut dijual dengan masih metode tradisional pula. Pada masa pandemi covid-19 melanda dunia yang telah lalu, juga memberikan “cambuk motivasi” untuk pengrajin atau pengusaha kain Sasirangan ini agar usahanya tidak mati. Berbagai upaya dilakukan untuk menjaga stabilitas perekonomian, termasuk mencoba *digital startup*.

*Startup* adalah proses memulai suatu bisnis. Istilah ini menjadi kebiasaan seiring dengan populernya internet sebagai media bisnis online. Era bisnis saat ini mulai terlihat banyaknya pemanfaatan teknologi digital melalui media online yang biasa disebut *e-commerce*. Secara umum dapat dilihat bahwa bisnis yang dilakukan melalui media online biasa di sebut *startup*. Padahal kata *startup* sendiri tidak mest selalu berkaitan dengan bisnis digital, namun seiring perkembangan zaman banyak yang pada akhirnya menyebutnya sebagai *startup*. Beberapa ahli menjelaskan bahwa metode *startup* bisnis diikuti oleh inovasi tren teknologi. Salah satunya menyatakan bahwa percepatan pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) mampu meningkatkan tren yang mengubah model bisnis tradisional atau mendorong berdirinya bisnis baru (*startup*) yang cenderung memanfaatkan peluang teknologi (Prasetyo, 2018, p. 3). Hal ini yang menjadikan para

penguasa tradisional mencoba untuk mengikuti tren untuk tetap bisa bertahan dari masa pandemi covid-19 yang lalu hingga sekarang. Seperti yang kita ketahui bersama benda yang selalu bersama kita dimana pun kita berada adalah *smartphone*. Sebab selama pandemi covid-19 yang lalu, *smartphone* menjadi teman setia untuk melakukan segala hal selama *lockdown* atau PSBB.

*Smartphone* dijadikan pilihan dizaman sekarang dengan penawaran multifungsi dan segala kemudahannya. *Smartphone* adalah perangkat telepon genggam *smartphone* yang bisa digunakan untuk berkomunikasi (mengirim pesan singkat dan telepon), serta di dalamnya terdapat fungsi PDA (*Personal Digital Assistant*) yang dirancang untuk membantu orang mengatur hidup mereka seperti penyimpanan data, nomor telepon, agenda, dll (Setiadi et al., 2018, p. 2). Dan penggunaan Android menjadi populer bagi *smartphone* di dunia karena Android sebagai teknologi pintar dan fleksibel dalam waktu, tempat dan situasi memudahkan penggunanya dalam mengakses informasi (Martono, Kurniawan & Nurhayati, Oky, 2014). Dengan sistem operasinya yang berbasis Linux, Android menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri. Pengembang bisa menyebarkan aplikasinya secara luas untuk ratusan juta pengguna diberbagai perangkat *smartphone*, tablet dan lain-lain. Lebih dari 190 negara di seluruh dunia menggunakan Android. Banyak pengguna menggunakan Android untuk mencari aplikasi, permainan, dan konten digital lainnya. Android menjadi sistem operasi *mobile* yang tumbuh paling cepat. Setiap harinya, lebih dari 1 juta perangkat android diaktifkan diseluruh dunia. Pengguna android dapat mengunduh aplikasi melalui pelayanan toko aplikasi yang dinamakan (Ependi & Sopiah, 2015).

Ada banyak media yang dapat digunakan dalam upaya *digital startup* dalam promosi produk. Pada upaya ini video diharapkan dapat efektif karena video merupakan media yang menggabungkan *visual* dan audio *visual* dan bisa juga digunakan secara bersamaan. Dengan adanya media video, dapat merekam setiap kejadian, informasi, hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia dimuka bumi. Video berasal dari *vidi* atau *visum* yang artinya melihat atau mempunyai daya penglihatan. Istilah itu berasal dari bahasa latin. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Ebta Setiawan, n.d.) video

merupakan sebuah rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan melalui pesawat televisi.

Melalui media video, perusahaan atau instansi dapat mempromosikan perusahaan atau instansinya dengan cara membuat video promosi. Promosi adalah salah satu variabel dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk dan jasanya. Pada hakekatnya, promosi merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pihak lain agar turut berpartisipasi dalam perubahan yang mereka lakukan (Handriyanto, 2013, p. 3)

Menurut Shimp Terence A. (2003), video promosi adalah bentuk penayangan informasi yang bersifat *audio visual* sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir. Video promosi tersebut kemudian disebarluaskan kepada masyarakat melalui beberapa aplikasi sosial media, baik yang berbayar ataupun yang tidak berbayar. Masyarakat sekitar, masyarakat antar pulau bahkan antar negara dapat melihat video tersebut, karena jangkauan video promosi yang dibagikan melalui sosial media itu tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Dalam hal ini yang dipromosikan adalah produk-produk yang diproduksi oleh pengrajin Sasirangan. Menurut Saidi (dalam Sudaryono, 2016, p. 207) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian luas, produk mencakup apa saja yang bisa dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan.

Kain sasirangan merupakan kain tradisional etnis Banjar yang ada di Kalimantan Selatan. Kata Sasirangan sendiri berasal dari istilah dalam bahasa Banjar, yaitu *sirang* atau *menyirang* yang bermakna dijelujur, maksudnya kain yang dijahit dengan tangan dan ditarik benangnya. Jika ditinjau dari segi etimologisnya, maka kata sasirangan bukan termasuk kategori kata benda sebagaimana kesan definisi yang ada selama ini, melainkan kata kerja (Annisa, 2014, p. 25). Adapun menurut Seman (2007, p. 1) pada mulanya kain Sasirangan dalam bahasa Banjar dikenal dengan sebutan *pamintan* yang pada dasarnya adalah singkatan dari *parmintaan* (permintaan), yang dimaksud adalah selebar kain putih yang diberi warna tertentu dengan motif tertentu pula atas permintaan orang yang ingin berobat. maka diharapkan penyakitnya akan

sembuh dengan bantuan kain ini. Dalam proses pembuatan kain *pamintan* pada waktu dulu, terdapat tiga rangkaian yang saling berkaitan. Pertama adalah, seseorang yang sedang sakit. Kedua adalah, tabib yang memberikan nasehat kepada seseorang yang sakit tersebut untuk menyediakan kain *pamintan* sebagai terapi pengobatan dengan tujuan kesembuhan. Ketiga adalah pengrajin yang mampu membuat kain *pamintan* sebagai sarana pengobatan. Ketiga proses tersebut dilakukan secara tertutup dan tidak diperuntukan untuk umum.

Salah satu pengrajin Sasirangan yang berada di Kalimantan Selatan adalah Mads Sasirangan. Mads Sasirangan berlokasi di Kelurahan Sungai Lutut, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Mads Sasirangan merupakan rumah pengrajin yang membuat pernak-pernik kerajinan tangan yang dibuat dengan bahan dasar kain Sasirangan. Kain Sasirangan merupakan kain khas dari Kalimantan Selatan. Mads Sasirangan hanya mempunyai media sosial berupa *wattshap* dan *instagram*. Yang sering digunakan hanyalah *wattshap* dan yang disebar berupa foto-foto dan video produk saja. Padahal jika video itu dikemas dengan baik dan diselipkan ungkapan-ungkapan persuasif akan memberikan efek yang bagus untuk kegiatan promosi. Apalagi dengan menggunakan beberapa aplikasi pendukung dalam pengeditan video promosi yang dimana akan menambah ketertarikan pelanggan akan Mads Sasirangan. Setelah itu dibagikan dan disebar ke hampir semua media sosial.

Aplikasi pendukung dalam pembuatan video promosi produk-produk mads Sasirangan yaitu aplikasi *editing* video VN dan aplikasi *editing* video Capcut.

## METODE

Pengamatan dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, untuk memotret fenomena yang terjadi pada pemanfaatan aplikasi yang ada di android dalam upaya promosi kain Sasirangan yang dilakukan oleh pengrajin di Bantaran Sungai Lutut sebagai *digital startup* di masa pandemi covid-19. Kemudian mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006). Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer

dan data sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisisioner, wawancara, dan observasi lapangan. Adapun Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur dan laporan hasil penelitian terdahulu (Hardani, 2020, p. 121).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengamatan kali ini diambil sample pengrajin untuk diteliti, agar bisa lebih fokus dalam pengamatan. Berdasarkan beberapa alasan objektif yang memenuhi untuk dapat dijadikan objek adalah Mads Sasirangan. Yang mana merupakan rumah penghasil kerajinan Sasirangan dimana proses pembuatan dan produksinya dilakukan di rumah pribadi. Mads Sasirangan berlokasi di Komplek Citra Benua Permai, Jalan Baru Sungai Bakung RT. 01, Sungai Lulut, Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Mads Sasirangan sudah berdiri sekitar 15 tahun. Pemilik mads Sasirangan bernama Achmad, beliau berusia 47 tahun. Pada awalnya mads Sasirangan ini diberi nama "Aulia Sasirangan", selang beberapa tahun, nama Aulia Sasirangan berubah menjadi Ria Sasirangan, nama itu pun tidak bertahan lama, sehingga nama *homemade* itu diganti lagi dan diberi nama "MADS SASIRANGAN". Nama mads ini berasal dari nama panggilan pemiliknya, yaitu Bapak Achmad yang biasa dipanggil "Mad", karena kata mad ini dianggap terlalu sederhana dan tidak terlalu unik oleh pemiliknya, beliau berinisiatif untuk menambahkan huruf "S" dibelakang tulisan "MAD" agar terlihat seperti bahasa ke barat-baratan, maka dari itu, jadilah "MADS SASIRANGAN".

Kain Sasirangan ini sudah ada sejak dulu, namun fungsi dari kain Sasirangan ini hanya untuk pengobatan karena dianggap sebagai kain yang memiliki keramat. Seiring berkembangnya zaman, kain Sasirangan menjadi pakaian yang dapat digunakan sehari-hari. Alasan kenapa kain Sasirangan dinamakan Sasirangan, karena proses pengerjaannya dilakukan dengan cara disirang. Proses penyirangan seperti kain yang dijahit jelujur yang dalam Bahasa Banjar berarti *sirang*, lalu benangnya ditarik dan diikat, setelah itu kain tersebut dapat diberikan warna. Sehingga kata *sirang* disini merupakan kata kerja.

Produk khas Mads Sasirangan yaitu kain Sasirangan itu sendiri, adapun produk-produk lainnya yaitu, Masker Sasirangan, Jilbab Sasirangan, Kalung Sasirangan, Baju kaos Sasirangan, Kemeja Sasirangan, Sejadah Sasirangan, Sarung Sasirangan. Adapun kisaran harga produk-produk Mads Sasirangan dimulai dari harga 4.000 sampai dengan 200.000. Produk-produk tersebut di produksi oleh Bapak Achmad dan dibantu dengan ke lima karyawan yang bekerja di Mads Sasirangan, dari ke lima karyawan tersebut ada 2 karyawan tetap dan ada 3 karyawan panggilan. Apabila jumlah pesanan kain Sasirangan itu melebihi 50 pcs, bapak achmad akan membagi tugas kepada masing-masing karyawan, ada yang bertugas memola, merajut dan mewarna agar pengerjaan cepat selesai. Namun, apabila jumlah pesanan dibawah 50 pcs, bapak achmad biasanya mengerjakan seorang diri yang dibantu dengan istri beliau, hanya saja ketika proses merajut, beliau memakai jasa karyawan tetap. Produk tentunya hal yang paling utama, karena untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk, harus ada produknya terlebih dahulu. Setelah itu hasil produk diperlihatkan kemudian dipasarkan. Hasil dari produk yang diproduksi dapat memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder dalam kehidupan. Untuk proses pemasaran dilakukan secara pribadi, karena usaha ini merupakan usaha pribadi.

Dalam video promosi produk-produk Mads Sasirangan tentu akan menyebutkan keunggulan dari produk, spesifikasi kain, bentuk ukuran, tempat, dan yang paling penting yaitu mencantumkan daftar harga-harga dari tiap produk Mads Sasirangan. Mads Sasirangan memiliki berbagai macam bentuk dan motif pola. Sehingga, bagaimanapun bentuk motif dan pola yang diinginkan, Mads Sasirangan akan mewujudkan sesuai dengan keinginan *customer*. Bentuk motif dan pola tersebut ada namanya masing-masing, ada motif gigi haruan, motif gegatas, motif kangkung, motif tampuk manggis, motif daun, pola rumah Banjar dan masih banyak lagi. Motif-motif tersebut juga memiliki maknanya masing-masing, misalnya motif tampuk manggis, sama seperti namanya, bentuk itu terinspirasi dari buah manggis yang melambangkan kejujuran. Selain itu juga ada motif Sasirangan yaitu motif kangkung, motif kangkung terinspriasi dari tanaman yang tumbuh di sungai-sungai Kalimantan Selatan. Motif kangkung memiliki makna tahan terhadap ujian dan cobaan yang menimpa. Hampir semua motif

dan pola Sasirangan mengandung nilai atau makna yang terbesit didalamnya. Proses pembuatan kain Sasirangan ada beberapa langkah yaitu: (1) Siapkan kain atau baju, (2) memberikan pola pada bahan yang digunakan, (3) merajut atau menjahit pada bagian yang sudah dipola, (4) menyiapkan warna dan beberapa wadah untuk air panas dan dingin, (5) memberikan warna (pencelupan), (6) kain yang sudah diberi warna kemudian dijemur. Biasanya dalam pembuatan kain atau baju Sasirangan memerlukan waktu kurang lebih 5-7 hari.

Salah satu cara promosi yang dilakukan Mads Sasirangan yaitu dengan cara membagikan foto-foto produk Mads Sasirangan di media sosial yang disebutkan sebelumnya. Mads Sasirangan tentu memiliki harapan agar dapat menjangkau masyarakat luas, sehingga banyak yang mengenal, mengetahui, bahkan membeli, karena pada dasarnya tujuan promosi yaitu untuk mempengaruhi seseorang agar membeli suatu produk yang sedang dipromosikan. Mengingat hal tersebut, Mads Sasirangan ingin meningkatkan lagi kegiatan promosinya, yaitu dengan cara menyebarluaskan promosi produk di aplikasi-aplikasi lainnya seperti aplikasi tiktok, snack video, bahkan youtube. Selain menambah aplikasi untuk membagikan produk Mads Sasirangan, Mads Sasirangan juga menambahkan kata-kata persuasif ketika mempromosikan sebuah produk. Misal seperti menyebutkan nama barang, setelah itu keunggulannya, kemudian mengajak orang untuk membeli lalu mengingatkan kembali. Dulu Mads Sasirangan membagikan foto saja dan tidak ada kata-kata persuasif. Namun sekarang Mads Sasirangan melakukan promosi menggunakan video promosi, sehingga sangat perlu dicantumkan kata-kata persuasif. Selain kata-kata persuasif, dalam promosi jangan sampai lupa untuk selalu mencantumkan nomor *smartphone* dan alamat toko. Itu berfungsi untuk apabila ada *customer* yang ingin menanyakan harga, produk dan kualitas produk yang dihasilkan.

### **Promosi Produk Mads Sasirangan dengan Menggunakan Aplikasi Android**

Sebelumnya, Bapak Achmad belum bisa meningkatkan kualitas promosi dikarenakan tidak memadai *Smartphone* yang dimiliki bapak Achmad. Selain itu juga, bapak Achmad tidak mengetahui aplikasi apa yang cocok untuk *editing* video, dan alasan terakhir yaitu membutuhkan waktu untuk belajar *editing* video, sedangkan bapak Achmad selama pandemi covid, sering

bekerja diluar rumah merantau ke daerah luar kota. Melihat kenyataan dilapang memiliki kendala seperti diatas, peneliti menyadari bahwa yang dikatakan oleh penelitian sebelumnya yang mengatakan kegiatan promosinya kurang, itu ternyata memiliki beberapa faktor yaitu: (1) Kurang mendukung *Smartphone* yang dimiliki, (2) Ketidaktahuan tentang tentang aplikasi *editing* video dan bagaimana cara menggunakannya. (3) Memerlukan waktu untuk belajar *editing* video (4) Pemahaman tentang bahwa aplikasi *editing* video itu susah/sulit. Namun setelah bapak Achmad mengenal aplikasi VN dan Capcut, akhirnya beliau tertarik untuk membuat video-video tentang produk-produk mads Sasirangan. Berikut uraian cara penggunaan aplikasi VN dan Capcut.

Ada beberapa langkah yang dilakukan dalam penggunaan aplikasi VN. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengunduh aplikasi VN pada Google Play Store. Setelah diunduh, aplikasi VN langsung dapat digunakan tanpa harus mendaftar terlebih dahulu. Setelah aplikasi diunduh di google play store, maka akan muncul aplikasi VN di tampilan layar utama *smartphone*. Warna gambar ikon aplikasi VN berwarna putih yang didalamnya terdapat tulisan VN berwarna hitam. Langkah selanjutnya yaitu mengklik , untuk membuka aplikasi VN tersebut. Kemudian akan muncul tampilan pertama. Selanjutnya klik gambar ikon seperti tanda *tambah* (⊕) pada bagian bawah kiri. Setelah diklik tanda *tambah* (⊕), maka akan muncul tampilan kedua. Langkah selanjutnya yaitu mengklik gambar seperti bentuk gunting () yang ada tulisannya *proyek baru*. Pada pilihan *proyek baru*, maksud dari kata *proyek baru* adalah pengguna akan memulai *editing* sebuah video baru, dimana pengguna memilih media terlebih dahulu, kemudian mulai untuk *editing* sesuai yang diinginkan. Setelah diklik tulisan proyek baru, pengguna akan diarahkan ketahap selanjutnya. Pada tahapan ini, pengguna diminta untuk memilih media foto atau video yang mau di edit sebanyak apapun, boleh media foto saja, video saja dan bahkan keduanya, gabungan antara foto dan video. Kemudian klik arah panah pojok kanan bawah berwarna biru, untuk ke tahap selanjutnya. Apabila tampilan sudah seperti gambar diatas, ini menandakan bahwa proses *editing* sudah dapat di mulai. Silahkan pengguna untuk *editing* bagaimana video yang diinginkan.

Setelah video yang di edit sudah sesuai dengan yang diinginkan. Selanjutnya klik tulisan selesai, yang berada pada pojok kanan atas. Setelah diklik selesai, selanjutnya akan muncul tampilan dengan tulisan "simpan dan jangan ingatkan lagi". Pada tampilan ini, langsung klik tanda centang (✓) dibagian bawah. Setelah diklik pada gambar centang (✓), akan muncul tampilan seperti gambar dibawah. Pada proses ini, ada presentase yang sedang berjalan dari 1% hingga 100%. Tunggu sampai proses penyimpanannya hingga 100%. Tampilan proses penyimpanan tidak boleh diganti atau dikeluarkan sebelum proses penyimpanan nya selesai, apabila tampilan tersebut dikeluarkan, maka akan menghambat laju proses penyimpanan. Apabila presentase pada proses penyimpanan sudah 100%. Pengguna akan diarahkan untuk mengisi judul dan deskripsi, pada tampilan tersebut, pengguna boleh tidak mengisi judul dan deskripsi. Tujuan diberikan Judul dan deskripsi yaitu supaya ketika pengguna ingin *editing* atau mencari video yang sudah diedit dapat mudah didapatkan. jika sudah selesai, maka akan muncul tampilan seperti diatas. Pilih dan klik tulisan simpan ke album.

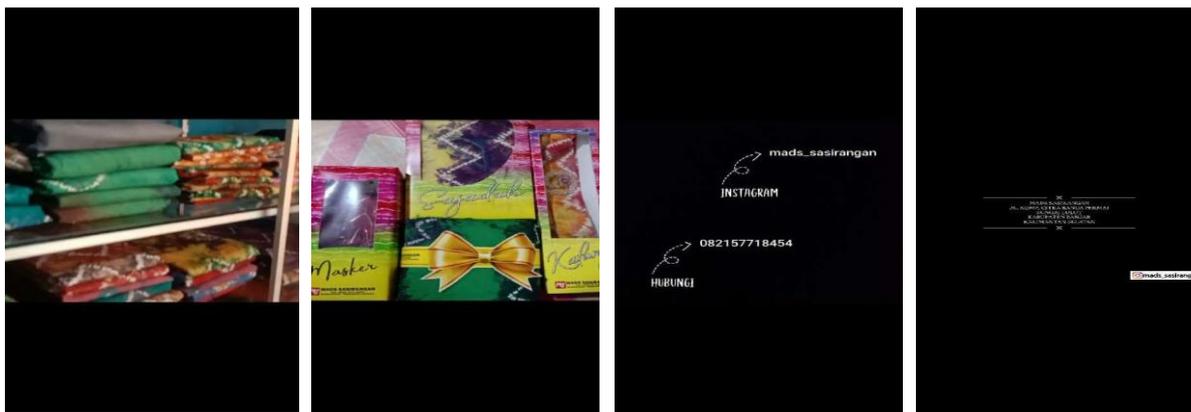
Maka video yang sudah diedit akan tersimpan di galeri *smartphone*.

Adapun fitur-fitur yang ada di aplikasi VN yaitu: Template, untuk tata letak. Filter, untuk efek. Kecepatan, untuk mempercepat atau memperlambat media, Pisah, untuk memotong atau memisahkan bagian tertentu. Trim, untuk memisahkan dengan durasi berbeda. Fx, untuk menambahkan efek yang keren. Hapus, untuk menghapus. Ekstrak Video, untuk mengambil audio dari video lain. Volume, untuk mengatur audio. *Background*, memberikan latar belakang pada video. Perbatasan, untuk mengatur batas. Potong, untuk memotong bagian area pada video. Memutar, untuk memutar posisi. Cermin, untuk memutar balik video secara horizontal. Balik, untuk memutar balik video secara vertical. Membekukan, untuk menghentikan media beberapa detik. Balik, untuk membalikan arah play video. Perbesar, untuk mengatur scale video. Ke depan untuk membuat fokus objek. Selain yang diatas, ada fitur utama lainnya yang berfungsi sebagai, audio, text, gambar, media yang ditampilkan, bunyi, *play, pause, undo* dan *redo*. Adapun kelebihan dan kekurangan dari aplikasi VN adalah:

**Tabel 1.** Kelebihan dan Kekurangan dari Aplikasi VN  
**Aplikasi VN Video Editor**

No.	Kelebihan	Kekurangan
1.	Tidak memakan banyak kapasitas (memori)	Layar kerja kecil
2.	Tidak ada tanda air ( <i>watermark</i> )	Ada iklan
3.	Mudah digunakan, Fitur lengkap dan menarik	-
4.	Bisa digunakan pada HP android dan IP	-





**Gambar 1.** Hasil video menggunakan aplikasi VN

Selain menggunakan aplikasi VN, peneliti juga menggunakan aplikasi Capcut dalam proses pengeditan video promosi produk-produk Mads Sasirangan. Aplikasi Capcut ini memiliki fitur-fitur yang sangat lengkap sama seperti fitur-fitur yang ada di aplikasi VN. Namun pada aplikasi Capcut ini peneliti hanya ingin menggunakan fitur menu templatennya saja.

Menu template pada aplikasi Capcut sangat banyak. Pengguna hanya perlu mencari audio musik yang digunakan lagu menambahkan beberapa foto. Sehingga jadilah video yang menarik. Aplikasi capcut ini banyak digunakan oleh kalangan *tiktokers*, karena videonya yang “jedag-jedug” sesuai dengan ritme dan ketukan pada audio yang digunakan, selain itu juga banyak selebgram menggunakan aplikasi ini karena cara *editing*nya juga terbilang sangat mudah.

Alasan penguasa menggunakan aplikasi Capcut dan hanya menggunakan templatennya saja, karena banyak pengguna instagram dan tiktok yang suka mengupload dan menonton video “jedag-jedug”, bisa dikatakan video “jedag-jedug” saat ini sedang hangat-hangatnya (viral). Oleh karena banyak pengguna yang suka video “jedag-jedug”, peneliti mengambil kesempatan ini untuk membuat video promosi dengan membuat video “jedag-jedug”. Bisa jadi ketika penonton yang suka video “jedag-jedug” akan merasa *kepo* (rasa ingin tau) untuk mengetahui pakaian yang digunakan itu belinya dimana, harganya berapa, apa saja motif nya, bahannya seperti apa, dan masih banyak lagi. Berdasar hal itu bisa membuat orang banyak mengenal dan mengetahui tentang berbagai produk yang terbuat dari kain Sasirangan yang diproduksi oleh Mads Sasirangan, serta juga bisa berpengaruh pada penjualan dari Mads Sasirangan sebagai produsen.

Langkah pertama yang harus dilakukan sama dengan langkah pertama yang dilakukan pada aplikasi Capcut, yaitu mengunduh aplikasi Capcut pada Google Play Store. Setelah di unduh, aplikasi Capcut langsung dapat digunakan tanpa harus mendaftar terlebih dahulu. Setelah aplikasi diunduh di google play store, maka akan muncul aplikasi Capcut di tampilan layar utama *smartphone*. Warna gambar ikon aplikasi Capcut berwarna putih yang didalamnya terdapat gambar seperti gunting . Selanjutnya langsung klik , untuk membuka aplikasi Capcut tersebut. Setelah muncul tampilan kedua, klik menu template yang ada dibagian bawah kiri. klik pada ikon tersebut, maka akan muncul berbagai macam template-template yang tersedia di aplikasi Capcut. Pengguna tinggal memilih template atau audio yang akan digunakan. Jika pengguna tidak menemukan template atau audio yang diinginkan, maka pengguna bisa mencari di pencarian, pengguna hanya perlu menulis judul audio di menu search. Pada Aplikasi Capcut template yang disediakan sangat banyak dan memiliki berbagai macam jenis, pengguna tinggal memilih jenis template yang seperti apa yang akan digunakan. Apabila pengguna ingin mencoba berbagai jenis templatennya, pengguna tinggal mengklik dan memilih tulisan yang berada dibawah menu search. Ada beberapa pilihan jenis template seperti *For You*, *Beat*, *Meme*, *Lirik Video*, *Fun Play*, *Status*, *Kebersamaan*, *Animasi*, *Game*, *Vlog*, *Perayaan*, dan *Tahun Baru*.

Pada masing-masing jenis template, menyajikan serta menyediakan bentuk dan pilihan, sehingga tidak dipungkiri lagi bahwa pada aplikasi Capcut ini dikenal dengan banyaknya template, salah satunya template “jedag-jedug”, selain itu juga aplikasi ini

terutama pada menu template dikenal dengan penggunaannya yang terbilang sangat mudah untuk digunakan. Setelah memilih template yang akan digunakan, pengguna harus mengetahui terlebih dahulu template yang digunakan memerlukan berapa media foto atau video. Untuk melihat hal itu, pengguna hanya perlu memperhatikan pada bagian bawah kiri. Disana terdapat tulisan *klip:5*, yang menandakan bahwa untuk menggunakan template itu harus memakai 5 media. Kelima media tersebut bisa digunakan hanya pada foto saja atau hanya pada video saja, dan bisa juga menggunakan campuran video atau foto, yang penting jumlah total media yang digunakan harus ada 5 buah foto atau video. Selanjutnya klik “gunakan template” pada pojok bawah kanan. Jika sudah mengklik gunakan template, pengguna akan diarahkan untuk memilih beberapa media yang akan digunakan, baik foto maupun video. Setelah diklik maka akan muncul tampilan seperti di atas, pilihlah beberapa media sesuai yang dibutuhkan pada template.

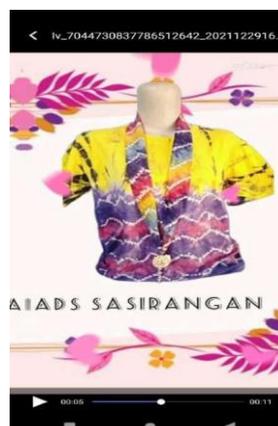
Langkah selanjutnya klik tulisan “pratinjau” yang berada dipojok bawah kanan. Pratinjau berfungsi untuk melihat hasil video. Hasil video “jedag-jedug” sudah selesai. Untuk menyimpan hasil video “jedag-jedug”, langkah selanjutnya pengguna mengklik tulisan “ekspor” yang berada di pojok atas kanan. Kemudian akan muncul tampilan berupa pilihan. Pada tampilan tersebut, ada dua pilihan, dimana ketika pengguna tidak ingin ada tulisan watermark atau tanda air (nomor 1), maka pengguna akan diarahkan ke aplikasi

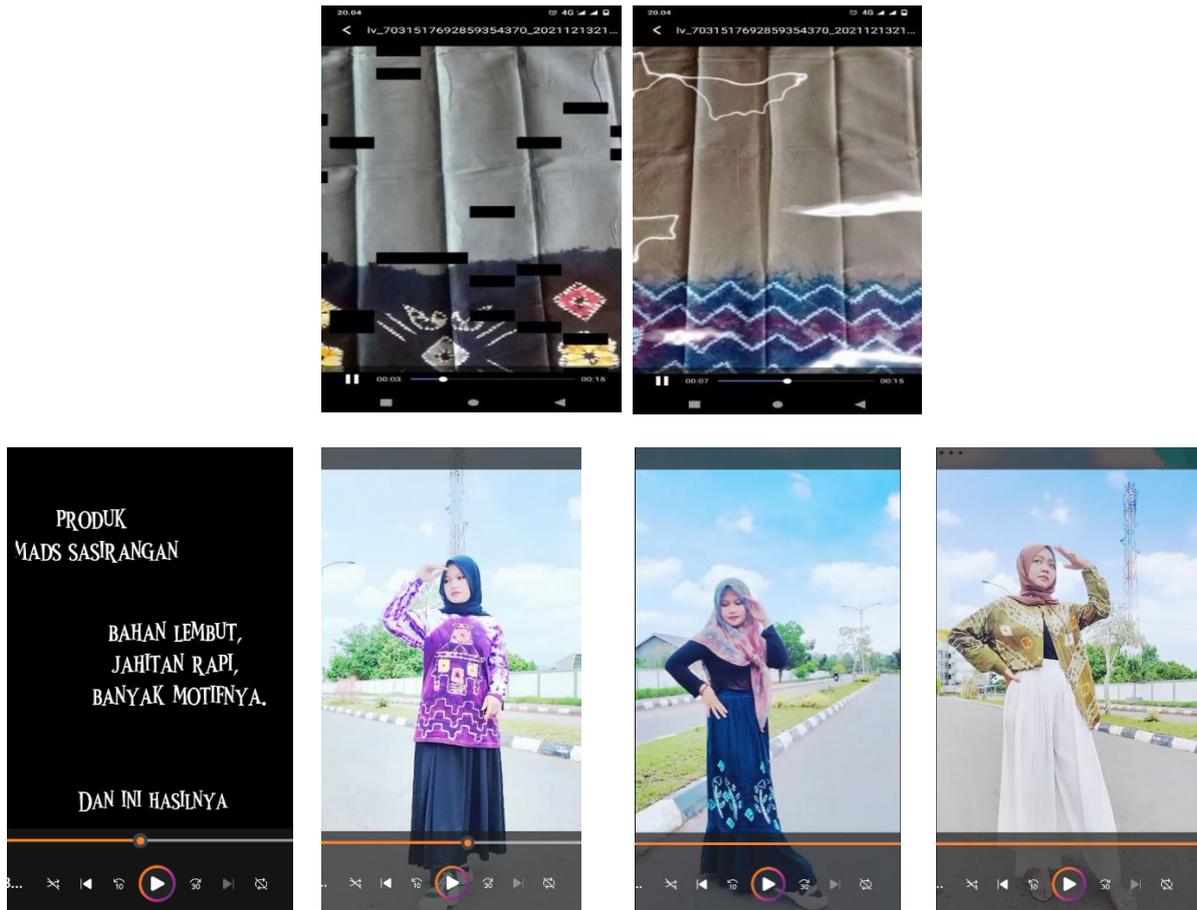
tiktok untuk membagikan hasil video tersebut di aplikasi tiktok. Namun, ketika pengguna tidak memperlakukan ada tulisan *watermark* pada video, maka langsung saja klik “ekspor”. Jika pengguna ingin langsung menyimpan hasil video tanpa harus menghilangkan tulisan *watermark*, langsung klik tulisan “ekspor”, maka akan muncul tampilan seperti presentase untuk penyimpanan. Pengguna hanya perlu menunggu beberapa saat saja asal persentasenya mencapai 100%. Jika telah mencapai 100%, klik tulisan selesai dan hasil video sudah dapat dilihat di galeri dan bisa dapat dibagikan di aplikasi media sosial yang dimiliki. Hasil dari video tersebut memiliki tanda air, tanda air hanya sebatas penanda bahwa hasil video tersebut dibuat melalui aplikasi *editing* Capcut.

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa tanda air bisa dihilangkan asal membagikan langsung ke aplikasi tiktok. Jika pengguna ingin menghilangkan tulisan tanda watermark pada video, pengguna harus mengklik ekspor tanpa tanda air dan langsung diarahkan ke tiktok. Jika muncul tampilan seperti diatas, klik tulisan posting dibagian bawah kanan. Maka Video akan terposting di aplikasi tiktok. Ini dapat mempermudah untuk membagikan konten berupa video promosi produk-produk Mads Sasirangan melalui media sosial. Dalam artian, dengan satu kali kerja maka dua hasil yang didapatkan. Adapun kelebihan dan kekurangan dari aplikasi Capcut yaitu:

**Tabel 2.** Kelebihan dan Kekurangan dari Aplikasi Capcut  
Aplikasi Capcut Video Editor

No.	Kelebihan	Kekurangan
1.	Mudah digunakan, Fitur lengkap dan menarik	Layar kerja kecil
2.	Ada <i>watermark</i> , namun bisa dihapus	Ada iklan
3.	Bisa digunakan untuk intro Youtube	Memakan banyak kapasitas (memori)





**Gambar 2.** Hasil video menggunakan aplikasi Capcut

Dua aplikasi *editing* di atas yang akan digunakan untuk *editing* video promosi produk-produk Mads Sasirangan. Pada saat dilapangan, aplikasi Capcut sangat mudah untuk dipahami cara penggunaannya oleh Bapak Akhmad selaku pemilik Mads Sasirangan. Dengan menggunakan aplikasi ini Mads Sasirangan sudah memiliki lebih dari 10 video promosi yang dibuat menggunakan aplikasi ini. Video tersebut juga banyak ditonton oleh pengguna aplikasi sosial media seperti WhatsApp dan Instagram. Hanya saja masih kurangnya pengikut dari akun Mads Sasirangan, sehingga upaya peningkatan omset penjualan masih belum bisa maksimal.

Berdasarkan pemaparan di atas, untuk proses pembuatan video promosi dapat dilakukan melauli 4 tahapan, antara lain menyiapkan alat untuk mendokumentasikan produk; menentukan apa saja yang perlu diinformasikan di dalam video promosi; mendokumentasikan produk melalui foto ataupun video; dan yang terakhir adalah proses *editing* video melalui aplikasi video editor VN dan Capcut.

### **Efektivitas Aplikasi Android dalam Video Promosi**

Efektivitas penggunaan aplikasi Android dalam upaya promosi juga dilihat dari respon pelanggan (*customer*). Data yang telah dikumpulkan dari kuisioner yang disebar kepada lima pelanggan (*customer*) Mads Sasirangan kemudian diolah dalam bentuk tabel dengan menggunakan deskripsi presentase. Tujuan pengolahan tersebut agar data yang diperoleh dapat memberikan arti dan penjelasan. Untuk memudahkan menganalisis data hasil penelitian, maka dibuat suatu tabulasi yang disesuaikan dengan teknik analisis data, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari masalah yang diteliti. Ke lima *customer* yang diberikan kuisioner, memiliki latar belakang sosial yang berbeda. Ada pelanggan yang berasal dari instansi sekolah yang merupakan langganan untuk membuat baju Sasirangan untuk sekolah. Ada pelanggan yang berasal dari luar pulau yang merupakan langganan untuk dijadikan produk Mads Sasirangan sebagai oleh-oleh untuk kembali ke kampung halaman. Ada pelanggan yang

berasal dari penjual yang mengambil langsung dari Mads Sasirangan dan dijual kembali. Ada pelanggan yang baru pertama kali membeli produk Mads Sasirangan.

Berdasarkan data ke 1 menunjukkan bahwa hasil dari video promosi Mads Sasirangan jelas. Ini dilihat dari banyaknya *customer* yang memilih “Setuju” (80%) dan yang memilih “Cukup Jelas” (20%). Kemudian pada data ke 2 menunjukkan bahwa *customer* mendapatkan informasi mengenai hal yang berkaitan dengan produk dan Mads Sasirangan. Ini dilihat dari banyaknya *customer* yang memilih “Ya” (80%) dan yang memilih kurang setuju (20%). Pada data ke 3 *Customer* melihat hasil video promosi diluar dari video promosi Mads Sasirangan, sehingga *customer* menyatakan bahwa video promosi Mads Sasirangan sudah sesuai dengan video promosi pada umumnya, Ini dilihat dari banyaknya *customer* yang memilih “Ya” (60%) dan yang memilih cukup (40%). Di data ke 4 menunjukkan bahwa *customer* kemungkinan bisa tertarik untuk membeli produk Mads Sasirangan. Ini dilihat dari banyaknya *customer* yang memilih bisa jadi (80%) dan yang memilih “Ya” (20%). Terakhir pada data ke 5 menunjukkan bahwa semua *customer* tertarik dengan video promosi. Ini dilihat dari banyaknya *customer* yang memilih “Ya” (100%). Ini berarti ada *customer* yang menyukai durasi video promosi kurang dari 1 menit dan banyak gambar, dan menyukai durasi video 1-2 menit sudah terdapat informasi didalamnya.

### Kendala

Setiap strategi yang diambil oleh pengusaha, tentu ada kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Sama halnya dengan Mads Sasirangan yang memiliki beberapa kendala yang dihadapi dalam proses produksi kain Sasirangan hingga upaya promosi, seperti:

1. Kendala dalam pembuatan kain Sasirangan
  - a. Air PDAM yang kadang tidak mengalir.
  - b. Cuaca yang tidak stabil, seperti dalam musim penghujan.
2. Kendala dalam pembuatan video promosi
  - a. *Smartphone* yang tidak mendukung.
  - b. Ketidaktahuan tentang Aplikasi *editing* video dan bagaimana cara menggunakannya.
  - c. Memerlukan waktu untuk belajar *editing* video.
  - d. Persepsi tentang aplikasi *editing* video itu susah/sulit.
3. Kendala dalam upaya mempromosikan

- a. Tidak adanya pengelola khusus untuk mempromosikan produk atau *marketing* di rumah produksi Mads Sasirangan.
- b. Kurang konsisten dalam mempromosikan produk Mads Sasirangan.
- c. *Followers* di media sosial.

### SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pengamatan mengenai pemanfaatan aplikasi android dalam promosi kain Sasirangan, dimana kami ambil sample pada Mads Sasirangan. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan aplikasi android dalam pembuatan video promosi kain Sasirangan dengan berbagai produk olahannya yang ada di Mads Sasirangan dilakukan dengan 4 tahapan, antara lain tahap persiapan, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan hingga proses *editing*.
2. Pada proses *editing* video memerlukan tahapan-tahapan dengan bantuan aplikasi video *editor*. Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan video promosi produk-produk Mads Sasirangan yaitu aplikasi VN dan Capcut.
3. Efektifitas video promosi masih kurang, dimana terlihat dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada lima *customer* Mads Sasirangan. Dikarenakan masih baru menggunakan media promosi ini, namun paling tidak masih bisa menjaga stabilitas usaha agar tetap bisa bertahan dari masa pandemi covid-19 hingga pasca pandemi sekarang ini.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat yang telah memfasilitasi studi kami, termasuk memberikan bantuan untuk mengikuti Seminar Nasional Pascasarjana Universitas Negeri Semarang ini. Tak lupa pula kami ucapkan terimakasih kepada Mads Sasirangan serta para *customer* produk Sasirangan dari Mads Sasirangan yang telah mengizinkan kami untuk melakukan pengamatan dan menuangkan dalam tulisan artikel ini.

### REFERENSI

Annisa, Y. (2014). *Lebih Jauh Mengenal Batik Sasirangan*. Optima.

- Ebta Setiawan. (n.d.). *KBBI Daring*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa). <https://kbbi.web.id/video>
- Ependi, U., & Sopiah, N. (2015). Pemanfaatan Teknologi Berbasis Android Sebagai Media Belajar Matematika Anak Sekolah Dasar. *Ilmiah Matrik*, 17 No 2(3), 109–122.
- Handriyanto, W. K. (2013). *Perancangan Video Promosi dengan Menggunakan Teknik 3D Modelling Low Poly ( Studi Kasus : DKV / FTI UKSW Salatiga )*.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Khatimah, H., Kaidah, S., & Budiarti, L. Y. (2021). Edukasi Kesehatan Masyarakat di Bantaran Sungai Lulut Sebagai Upaya Mitigasi Bencana Banjir. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 505–513. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1173>
- Martono Kurniawan, T., & Nurhayati Oky, D. (2014). Implementation of Android-Based Mobile Learning Application as a Flexible Learning Media. *International Journal of Computer Science Issues*, 11(3), 168–174.
- Prasetyo, H. N. (2018). Model Manajemen Layanan Relasi Bisnis Pendekatan Strategi Layanan Itil Studi Kasus Pada Perusahaan Startup Digital X Di Indonesia. *JTIM - Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*, 1(01), 1. <https://doi.org/10.25124/jtim.v1i01.1529>
- Seman, S. (2007). *Sasirangan Kain Khas Banjar*. Lembaga Pengkajian dan Pelestarian Budaya Banjar.
- Setiadi, A., Yuliatmojo, P., & Nurhidayat, D. (2018). Pengembangan Aplikasi Android Untuk Pembelajaran Pneumatik. *JURNAL PENDIDIKAN VOKASIONAL TEKNIK ELEKTRONIKA (JVoTE)*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.21009/jvote.v1i1.6886>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Penerbit Andi.
- Sukmadinata, S. N. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Terence, S. A. (2003). *Periklanan dan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.