
PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI PENGUAT IDENTITAS DAN SARANA PROMOSI DI UKM VERTE BLEUE SPIRULINA KOTA MALANG

Prawinda Putri Anzari^{1*}, Leo Hutri Wicaksono², Seli Septiana Pratiwi³, Desy Santi Rozakiyah⁴

^{1,3,4} Program Studi S1 Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang

² Program Studi S1 Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

*Email Korespondensi: prawinda.anzari.fis@um.ac.id

Submitted : 27 Agustus 2021; *Revision* : 9 September 2021; *Accepted* : 2 Oktober 2021

ABSTRAK

Spirulina merupakan makanan sehat yang semakin banyak dikonsumsi masyarakat saat ini. Terlebih di masa pandemic Covid-19, kebutuhan masyarakat akan makanan sehat semakin meningkat. Spirulina memiliki beberapa kelebihan yaitu mampu membersihkan organ liver dari zat-zat berbahaya yang dihasilkan asap rokok, alcohol maupun minuman keras lainnya. Selain itu bioreactor spirulina mampu menyerap emisi karbon 400 kali lebih baik daripada sebatang pohon. Perkembangan teknologi yang semakin pesat di bidang marketing dan media membuat para pelaku usaha sedikit kelimpungan dalam melakukan kegiatan promosi. Teknologi saat ini memaksa pelaku usaha UKM untuk membuat konten promosi di media sosial tersebut. Salah satu bentuknya adalah video profil. Tim pengabdian kemudian membuat sebuah video profil untuk UKM Verte Bleue Spirulina. Video profil ini tidak hanya digunakan sebagai sarana promosi tetapi juga sebagai sarana edukasi dan penguat identitas UKM Verte Bleue Spirulina sebagai satu-satunya UKM pembudidaya spirulina di Kota Malang. Dampaknya, masyarakat pun akan semakin mengenal spirulina sebagai salah satu sumber makanan sehat. Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan Mitra dan Tim videographer untuk menentukan konsep video profil yang akan dibuat. Pengambilan video dilakukan di kediaman Mitra oleh tim videographer profesional, dan menghasilkan video profil dengan durasi 10 menit. Video ini profil ini dapat meningkatkan identitas UKM VB Spirulina dan sebagai sarana edukasi untuk lebih mengenalkan spirulina kepada masyarakat umum.

Kata kunci : Video Profil, Spirulina, UKM, Sosial Media.

ABSTRACT

Spirulina is a healthy food that is increasingly consumed by people today. Especially during the Covid-19 pandemic, people's need for healthy food is increasing day by day. Spirulina has several advantages, namely being able to clean the liver from harmful substances produced by cigarette smoke, alcohol and other liquors. In addition, the spirulina bioreactor is able to absorb carbon emissions 400 times better than a tree. The increasingly rapid development of technology in the field of marketing and media makes businessmen a little confused in carrying out promotional activities. Social media technology is currently forcing small and medium-sized enterprises (SMES) to create promotional content on social media. One of the forms is a profile video. Our team then made a profile video for UKM Verte Bleue Spirulina. This profile video is not only used as a promotional tool but also as a means of education and strengthening the identity of the UKM Verte Bleue Spirulina as the only spirulina cultivating UKM in Malang City. As a result, people will increasingly recognize spirulina as a source of healthy food. Our team coordinates with partners and the videographer team to determine the concept of the profile video to be made. Video capture is done at the Partner's residence by a team of professional videographers, and produces a profile video with a duration of 10 minutes. This video profile can increase the identity of VB Spirulina UKM and as an educational tool to introduce spirulina to the general public.

Keywords : Profile Video, Spirulina, SMEs, Social Media.

PENDAHULUAN

Verte Bleue (VB Spirulina Farm) adalah sebuah UKM yang bergerak di bidang agrikultur di Kota Malang. UKM ini telah dirintis selama dua tahun. Akan tetapi, VB Spirulina Farm baru memulai usaha pemasarannya secara lebih luas pada awal tahun 2020. Usaha VB Spirulina Farm difokuskan pada pengembangan budidaya mikroalga spirulina di daerah perkotaan sebagai komoditas pangan, pakan ternak, dan kosmetik. Saat ini VB Spirulina Farm telah memiliki 2 kolam budidaya spirulina. Produksi spirulina kering per minggu adalah sekitar 40 g atau 1 kg per bulan. Adapun komoditas yang telah dipasarkan: Paket starter Bibit Spirulina, *Spirulina Dried Healing Powder*, *Smiling Guppy Spirulina Flakes*, dan beragam *Spirulina Face Masks*. Produk Spirulina Dried Healing Powder merupakan produk terlaris Verte Bleue. Produk ini dapat digunakan sebagai makanan/suplemen untuk segala jenis usia, dan dapat dikonsumsi dengan tambahan madu atau makanan lainnya. Tercatat pada tahun 2021, UKM Verte Bleue Spirulina masih menjadi satu-satunya UKM yang bergerak di bidang budidaya spirulina.

Spirulina (*Arthrospira platensis*) adalah bakteri hijau-biru yang hidup secara alami di danau alkali. Spirulina telah dicanangkan oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai makanan yang mengandung nutrisi paling ideal bagi umat manusia karena mengandung protein, multivitamin, mineral, dan asam amino. Menurut (Tokuşoglu and üUnal, 2003), Spirulina platensis mengandung protein yang tinggi dengan kandungan *Gamma Linolenic Acid* (GLA). Spirulina juga mengandung vitamin B1, B2, B12 dan C (Brown *et al.*, 1997). Pada umumnya, produk spirulina yang telah beredar di pasaran bergerak di bidang suplementasi makanan dan kosmetik. Hal itu dimungkinkan karena spirulina mengandung protein yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan daging, ikan, kedelai, susu, telur dan bahan pangan lainnya. Akan tetapi, manfaat dari produk spirulina tidak hanya terbatas pada dua bidang tersebut. Sebagai contoh spirulina juga dapat digunakan sebagai pakan ternak, agen pengolahan limbah, mereduksi jejak karbon (*carbon footprint*) dan bahkan *biofuel*. Sebagai contoh, program pengurangan jejak karbon dapat ditunjang dengan pembudidayaan mikroalga spirulina. Jumlah emisi karbon yang dapat diserap oleh sebuah bioreaktor spirulina mencapai 400 kali lebih efisien daripada satu batang pohon (Lamm, 2019). Contoh lainnya adalah penggunaan spirulina sebagai pengawet makanan. (Martelli *et al.*, 2020)

Menurut (Adams, 2005), spirulina sangat baik untuk para perokok, pecandu minuman keras dan alkohol, lantaran ia punya efek pembersihan terhadap organ-organ tubuh terutama liver. Senada dengan hal tersebut, Dadd (Dadd, 1997) menyatakan bahwa spirulina merupakan vitamin natural yang berbentuk makanan. Penelitian oleh (Mahmoud *et al.*, 2021) menyatakan bahwa spirulina berpotensi dijadikan pengobatan *Hepatocellular carcinoma* (HCC).

Potensi penjualan secara online sangat besar terlebih di masa pandemi Covid-19 saat ini. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2020), penjualan *e-commerce* tertinggi pada tahun 2019 dipegang oleh produk makanan dan minuman yakni sebesar 30,95 persen dari keseluruhan transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu, UKM VB Spirulina Farm perlu meningkatkan pangsa pasarnya melalui berbagai *marketplace*.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat Spirulina sebagai "makanan super" turut menjadi tantangan untuk pengembangan pasar. Harga spirulina di pasaran yang relatif mahal menjadikan Spirulina komoditas kalangan menengah keatas. Terlebih lagi, persaingan harga dengan komoditas luar dari Cina sangat sulit. Akan tetapi, pihak mitra telah menyatakan bahwa produk spirulina yang dihasilkan kualitasnya tidak kalah dengan produk luar yang lebih mahal dan jauh lebih baik dari produk impor yang lebih murah. Oleh karena itu, mitra perlu melakukan promosi berbentuk edukasi sehingga masyarakat semakin memahami manfaat dari produk-produk berbasis spirulina.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu mitra telah memiliki Instagram dan akun *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee sebagai sarana promosi dan pemasaran

namun Mitra belum mampu membuat konten promosi yang baik atau *eye catching* di mata calon pembeli, hal ini disebabkan kurangnya kemampuan Mitra di bidang teknologi informasi dan desain grafis. Keterbatasan ini menyebabkan produk yang dipasarkan secara online belum mampu menarik minat calon pembeli. Selain itu, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai spirulina dan manfaatnya menyebabkan produk-produk berbasis spirulina menjadi kurang terkenal/laku di pasaran.

Di zaman digital ini, penggunaan video tidak terelakkan lagi. Semenjak munculnya televisi, video telah menjadi bentuk komunikasi utama antara perusahaan dan customer (Kretschmer and Peukert, 2020). Menurut (Choi and Johnson, 2005) dan (Dhaoui and Webster, 2021), video dapat merangsang indra visual dan akustik sehingga lebih menarik perhatian penonton ketimbang konten dalam bentuk media lainnya.

Pembuatan video profile UKM VB Spirulina Farm sebagai media *branded content* dan pengenalan UKM serta produk-produk spirulina. Dengan video profil ini, UKM VB Spirulina dapat melakukan promosi dan memperkuat identitas mereka sebagai satu-satunya UKM budidaya spirulina di Malang.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang ada dan analisis situasi seperti pada Tabel 1, maka memiliki solusi yang ditawarkan adalah pembuatan video profile UKM VB Spirulina Farm sebagai media *branded content* dan pengenalan UKM serta produk-produk spirulina.

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi Permasalahan Mitra

No.	Permasalahan	Akar Permasalahan	Solusi Permasalahan
1	Mitra kurang memiliki konten promosi yang baik di internet	Mitra tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk berpromosi di internet	Membuatkan video profile sebagai salah satu media <i>branded content</i> produk VB Spirulina Farm
2	Keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai spirulina	Kurangnya informasi mengenai produk-produk spirulina yang telah beredar di pasaran	

Tim pengabdian berkoordinasi dengan Mitra dan Tim Videografer mengenai video profil yang akan dibuat. Tim videographer terdiri dari dua orang, yang merupakan profesional di bidang videografi. Video profile akan difokuskan pada pengenalan Mitra UKM, manfaat spirulina dan produk spirulina yang mereka hasilkan. Sehingga video profil tersebut dapat digunakan media *branded content* edukasi spirulina yang efektif. Kemudian akan dilakukan evaluasi program. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat sejauh mana progress dan keefektifan program strategis di bidang pemasaran.

Dalam melaksanakan program ini seperti pada Tabel 2, dibutuhkan partisipasi mitra UKM. Adapun bentuk partisipasi mitra UKM tersebut, antara lain:

1. Mitra UKM berdiskusi dengan tim pelaksana dalam mencari solusi permasalahan dengan memberikan masukan-masukan dari pengalaman selama memproduksi spirulina.
2. Mitra UKM memberikan kritik dan saran terhadap desain konten video yang diusulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian dan tim videografer terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan Mitra. Melalui proses koordinasi ini, tim videografer membuat *storyboard* yang akan

menjadi acuan pengambilan video. Dibutuhkan beberapa kali *meeting* untuk mematangkan *storyboard*. Melalui koordinasi ini, Mitra memberikan gambaran mengenai proses budidaya spirulina secara umum sehingga tim pengabdian dan videografer dapat menentukan *storyboard* yang baik seperti pada Tabel 3.

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan Pengabdian

No.	Nama Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Persiapan						
	a. Pemantapan Tim	√	√	√			
	b. Perizinan				√		
	c. Sosialiasi					√	
2	Pelaksanaan						
	a. Koordinasi dan diskusi dengan mitra UKM						√
	b. Koordinasi dan diskusi dengan Mitra UKM dan Tim Videografer tentang pembuatan video profile					√	√
	c. Perencanaan dan desain video profile						√
	d. Pembuatan video profile						
	e. Evaluasi hasil akhir video						

Tabel 3. Storyboard Video Profil

Text	Visual	Audio
Verte Bleue Spirulina Farm merupakan UKM yang bergerak di bidang budidaya spirulina	Kolam spirulina	Non copyright music
UKM ini berdomisili di Kota Malang tepatnya di Jl Tlogo Suryo	Jalanan sekitar UKM	Non copyright music
Spirulina merupakan bakteri hijau-biru yang hidup secara alami di danau alkali.	Footage spirulina secara umum	Non copyright music
Spirulina telah dicanangkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai makanan yang mengandung nutrisi paling ideal bagi umat manusia karena mengandung protein, multivitamin, mineral, dan asam amino	WHO	Non copyright music
Verte Bleue Spirulina Farm memulai usahanya kurang lebih 3 tahun	Footage kolam dan sekitarnya, rumah owner	Non copyright music
Tahap-tahapnya adalah:	Opening title	Non copyright music
Preparing	Alat dan bahan	Non copyright music
Harvesting	Alat dan bahan	Non copyright music
Post Harvesting	Alat dan bahan	Non copyright music
Interview	Opening title	Non copyright music
Q1	Close up Owner VB	Non copyright music
Q2	Close up Owner VB	Non copyright music
Q3	Close up Owner VB	Non copyright music
Q4	Close up Owner VB	Non copyright music
Q5	Close up Owner VB	Non copyright music

Tim videografer kemudian melakukan pengambilan gambar di kediaman mitra. Hal ini dilakukan agar dapat menentukan *angle* pengambilan video yang baik, serta untuk mengetahui *spot* unik yang dapat dimasukkan ke dalam video profil seperti pada Gambar 1. Proses pengambilan video dilakukan di kediaman mitra. Tidak terdapat kendala signifikan selama proses pengambilan video. Tim videografer dapat menggunakan peralatan pengambilan video seperti tripod, kamera dan microphone dengan baik. Setelah proses pengambilan video selesai, tim videografer melakukan proses editing video menggunakan software editing video seperti pada Gambar 2.



Gambar 1. Proses Pengambilan Video



Gambar 2. Proses Editing Video

Tim videografer kemudian memberikan *preview* video kepada Tim pengabdian dan Mitra untuk dilakukan evaluasi dan saran mengenai bagian-bagian video yang perlu

dikoreksi. Setelah mendapatkan persetujuan dari Tim Pengabdian dan Mitra, kemudian Tim Videografer melakukan *full video rendering* sehingga menjadi video yang siap dipergunakan untuk keperluan branded content UKM Verte Bleue Spirulina.

Video profil tersebut berdurasi kurang lebih 10 menit seperti pada Gambar 3, merupakan durasi yang cukup jika ingin diupload ke berbagai platform seperti Youtube, TikTok dan Instagram. Platform tersebut merupakan media promosi yang sangat baik digunakan pada tahun 2021, lantaran pengguna aktifnya mencapai jutaan, dan tidak menyulitkan Mitra untuk melakukan proses upload ke platform tersebut.

Video profil menampilkan proses budidaya spirulina dari awal pembibitan hingga akhir menjadi produk jadi dry spirulina. Kemudian dry spirulina ini dikemas menggunakan standing pouch berukuran 10 gram. Verte Blue Spirulina juga menerima permintaan khusus jika ada pelanggan yang ingin memesan dalam ukuran tertentu misalnya 250 gram atau 1 kg.



Gambar 3. Video Profil UKM Verte Bleue Spirulina

DAMPAK DAN MANFAAT

Dampak dari kegiatan ini adalah:

1. Dengan adanya video profil ini, Mitra dapat melakukan meningkatkan identitas produk dan UKM serta dapat melakukan promosi yang lebih baik lagi melalui media sosial.
2. Mitra mendapat tambahan ilmu mengenai pembuatan video. Di masa yang akan datang, Mitra mampu untuk membuat video-video pendek yang diambil melalui smartphone.
3. Masyarakat umum semakin mengenal produk-produk berbahan spirulina. Harapannya masyarakat umum semakin banyak yang mengkonsumsi spirulina sebagai makanan sehat.

KESIMPULAN

Video profil UKM Verte Bleue Spirulina merupakan produk digital yang sangat diperlukan di dunia sekarang ini. Dengan semakin menjamurnya platform sosial media, sarana promosi pun wajib memanfaatkan media tersebut. Video profil berdurasi 10 menit ini menampilkan proses budidaya spirulina dari awal pembibitan hingga menjadi produk akhir berupa *dry spirulina*. Tidak hanya itu, video profil juga menampilkan wawancara singkat dengan salah satu *founder* Verte Bleue Spirulina, dimana beliau menyatakan bahwa spirulina merupakan makanan sehat yang wajib dikonsumsi terlebih di masa pandemi Covid-19 saat ini. Tidak lupa beliau berpesan dan berharap agar budidaya spirulina semakin berkembang khususnya di wilayah Malang Raya dan Jawa Timur. Tidak hanya meningkatkan identitas UKM Verte Bleue Spirulina, pengetahuan umum masyarakat akan spirulina semakin bertambah dengan adanya video ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang yang telah memberikan dana kegiatan ini. Disampaikan ucapan terima kasih kepada Mitra UKM Verte Bleue Spirulina atas kerjasama yang baik sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Adams, M. (2005) *Superfoods for Optimum Health: Chlorella and Spirulina*. Truth Publishing International.
- Badan Pusat Statistik (2020) *Statistik E-Commerce 2020*. Badan Pusat Statistik.
- Brown, M. R. *et al.* (1997) 'Nutritional properties of microalgae for mariculture', *Aquaculture*, 151(1), pp. 315–331. doi: [https://doi.org/10.1016/S0044-8486\(96\)01501-3](https://doi.org/10.1016/S0044-8486(96)01501-3).
- Choi, H. J. and Johnson, S. D. (2005) 'The Effect of Context-Based Video Instruction on Learning and Motivation in Online Courses', *American Journal of Distance Education*, 19(4), pp. 215–227. doi: [10.1207/s15389286ajde1904_3](https://doi.org/10.1207/s15389286ajde1904_3).
- Dadd, D. L. (1997) *Home Safe Home: Protecting Yourself and Your Family from Everyday Toxics and Harmful Household Products*.
- Dhaoui, C. and Webster, C. M. (2021) 'Brand and consumer engagement behaviors on Facebook brand pages: Let's have a (positive) conversation', *International Journal of Research in Marketing*, 38(1), pp. 155–175. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.06.005>.
- Kretschmer, T. and Peukert, C. (2020) 'Video Killed the Radio Star? Online Music Videos and Recorded Music Sales', *Information Systems Research*, 31(3), pp. 776–800. doi: [10.1287/isre.2019.0915](https://doi.org/10.1287/isre.2019.0915).
- Lamm, B. (2019) *Algae might be a secret weapon to combatting climate change*, *Quartz*. Available at: <https://qz.com/1718988/algae-might-be-a-secret-weapon-to-combatting-climate-change/>.
- Mahmoud, Y. I. *et al.* (2021) 'Spirulina inhibits hepatocellular carcinoma through activating p53 and apoptosis and suppressing oxidative stress and angiogenesis', *Life Sciences*, 265(November 2020), p. 118827. doi: [10.1016/j.lfs.2020.118827](https://doi.org/10.1016/j.lfs.2020.118827).
- Martelli, F. *et al.* (2020) 'Edible seaweeds and spirulina extracts for food application: In vitro and in situ evaluation of antimicrobial activity towards foodborne pathogenic bacteria', *Foods*, 9(10). doi: [10.3390/foods9101442](https://doi.org/10.3390/foods9101442).
- Tokuşoglu, Ö. and ünal, M. K. (2003) 'Biomass Nutrient Profiles of Three Microalgae: Spirulina platensis, Chlorella vulgaris, and Isochrysis galbana', *Journal of Food Science*, 68(4), pp. 1144–1148. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2621.2003.tb09615.x>.