

PENGEMBANGAN VIDEO TRAINING BERBASIS VISME UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING DI LEMBAGA KURSUS ASAHAN SUMATERA UTARA

Riki Hendrawan^{1*} Ahmad Suryadi²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

¹rikihendrawan1@gmail.com, ²ahmad.suryadi@umj.ac.id

ABSTRACT

The progress of a region is inextricably linked to the development of education within that region. The presence of digital marketing courses and training institutions contributes to regional development, and digital marketing is a key driver of business advancement. Digital marketing courses and training institutions continually strive to improve their learning to produce competent graduates. Participants' competency in digital marketing at the Ruang Kaji Akademi Course and Training Institute, located in Aek Ledong District, Asahan Regency, North Sumatra, was inadequate. Recognizing this issue, innovation in learning was deemed crucial. Therefore, researchers conducted a study on the development of a Visme-based video training program to enhance engaging digital marketing skills. This study employed the Research and Development method and the ADDIE development model, which has five steps: Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. The study also conducted an effectiveness test using the N-gain formula, resulting in an increase in the score of 0.76, categorized as highly effective, exceeding the standard effectiveness value of >0.56. These results indicate that the developed video training is effective for use in learning.

Keywords:

Video Training, Visme, Learning Media, Digital Marketing Competence

PENDAHULUAN

Kebutuhan sumber daya manusia di masing masing daerah adalah bentuk dari keharusan suatu daerah untuk maju, otonomi daerah yang diberlakukan di Indonesia ini sangat berdampak kepada pola yang ada di masing masing daerah. Timbul suatu kompetisi yang baik antar setiap daerah untuk memajukan daerahnya masing masing. Dampak positif yang terjadi adalah timbulnya peluang kerja di masing masing daerah maupun pada level nasional dan tentunya mencari tenaga kerja yang handal dan siap pakai adalah sebuah keharusan bagi setiap daerah untuk menopang dan membangun daerah tersebut untuk lebih maju. Maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang handal diperlukannya konsep perencanaan pembangunan sumber daya manusia yang baik dan berkesinambungan, terkhusus pada bidang perpromosian di suatu instansi atau perusahaan. Sementara itu Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pengangguran di Indonesia mencapai 7,86 juta orang per Agustus 2023, dari total 147,71 juta angkatan kerja. Plt Kepala BPS Amalia Adininggar Widayanti dalam konferensi pers (6/11/2023) mengatakan pada Agustus 2023 terdapat sebanyak 7,86 juta orang pengangguran atau setara dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,32. Unit Pelaksana Teknis Balai Latihan Kerja (UPT BLK) dalam mendorong terciptanya tenaga kerja yang mempunyai keahlian sangat dibutuhkan dalam membantu pemerintah mengurangi angka pengangguran. Tenaga kerja yang terlatih sangat diperlukan terutama di era teknologi. Dalam rangka meningkatkan kualitas tenaga kerja maka BLK berkewajiban memberikan pelatihan kepada para pemuda. Pelatihan kerja adalah Upaya untuk menjembatani lulusan Pendidikan dengan dunia kerja. Melalui program-program pelatihan, siswa atau peserta yang dilatih suatu saat dapat diharapkan mengembangkan diri sehingga mampu memasuki dunia kerja yang memang membutuhkan tenaga kerja yang kreatif, terampil dan siap kerja.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sugiyono (2014: 407) metode penelitian dan pengembangan adalah “metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut”. Selanjutnya Menurut Borg dan Gall (1989), penelitian R & D dalam pendidikan meliputi sepuluh langkah, yakni:(1) Research and Information collection, (2) Planning, (3) Develop Preliminary form of Product, (4) Preliminary Field Testing, (5) Main Product Revision, (6) Main Field Testing, (7) Operational Product Revision, (8) Operational Field Testing, (9) Final Product Revision, dan (10) Dissemination and Implementasi. Pengembangan media pembelajaran adalah proses merancang untuk keperluan belajar mengajar. Dikutip dari Binanto (2010) menjelaskan bahwa, MDLC adalah metode yang tujuannya untuk merancang dan mengembangkan suatu aplikasi yang menggabungkan video, gambar, audio, animasi, dan lainnya.. Salah satu metode yang sering digunakan adalah MDLC (Multimedia Development Life Cycle) yang

terdiri dari 6 tahap : 1) Concept, tahap konsep merupakan tahapan yang dimulai dengan merumuskan dasar-dasar dari analisis pembuatan visualisasi yang akan dibuat dan dikembangkan 2) Design, pada tahap ini harus mengetahui bagaimana spesifikasi hasil akhir dari visualisasi yang dikerjakan. Visualisasi dilakukan dengan menjabarkan spesifikasi rinci rancangan arsitektur media, gaya, tampilan dan kebutuhan material/bahan untuk media pembelajaran, membuat alur serta desain tampilan. 3) Material Collecting, pada tahap pengumpulan bahan, material dikumpulkan dan disesuaikan dengan kebutuhan media pembelajaran interaktif. 4) Assembly, proses ini merupakan pembuatan visualisasi dari materi-materi serta file-file multimedia yang sudah didapat kemudian dirangkai dan disusun sesuai desain. 5) Testing, tahap pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pembuatan aplikasi sesuai dengan rencana sebelum dimanfaatkan ke peserta didik. 6) Distribution, pendistribusian dapat dilakukan setelah aplikasi dinyatakan layak pakai. Tahap evaluasi juga sangat dibutuhkan untuk pengembangan produk yang sudah dibuat sebelumnya agar menjadi lebih baik. Secara terminologi (menurut istilah) multimedia dapat diartikan sebagai penggunaan berbagai media yang berbeda untuk membawa atau menyampaikan informasi dalam bentuk teks, grafik, animasi, audio, video dan atau gabungan dari beberapa komponen tersebut. (Kemendikbud, 2013). Video training atau pelatihan yang dibuat pada penelitian ini adalah menggunakan aplikasi visme dengan materi digital marketing menggunakan KKN Digital Marketing level 3. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan model pengembangan ADDIE. Pengembangan ADDIE memiliki 5 tahapan diantaranya : Analisis, Desain, Develop, Implement, Evaluasi.

METODE PENELITIAN

Tujuan Penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui cara mengembangkan bahan pelatihan video Training berbasis visme dapat meningkatkan kompetensi tentang digital marketing pada Lembaga Kursus dan pelatihan Ruang Kaji Akademi Asahan. 2) Untuk mengetahui kelayakan Video Training menggunakan visme untuk meningkatkan kompetensi tentang digital marketing pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi Asahan. 3) Untuk mengetahui efektifitas Video Training dalam meningkatkan kompetensi tentang perencanaan konten pemasaran pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi Asahan.

Karakteristik Sasaran Penelitian.

Pada Penelitian yang menjadi subyek penelitian adalah melakukan uji tahap perorangan, peneliti melaksanakan uji kelompok besar dengan jumlah 10 orang peserta pelatihan. Uji ini dilaksanakan di Ruang Kursus Pelatihan Ruang Kaji Akademi dengan menggunakan fasilitas laptop untuk mendukung kegiatan pelatihan praktek langsung kepada peserta didik dan menggunakan proyektor milik lembaga kursus Ruang Kaji Akademi.

Metode penelitian yang digunakan Dalam penelitian ini adalah Research and Development (R&D) dan Menurut (Sukmadinata, 2008) penelitian dan pengembangan merupakan pendekatan penelitian untuk menghasilkan produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada. Produk yang dihasilkan bisa berbentuk software ataupun hardware. Pendekatan penelitian yang dilakukan secara deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti terhadap sampel dan populasi penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyajikan data berupa angka-angka sebagai hasil penelitiannya. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, atau peristiwa saat ini. Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang ada. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

Hasil analisis data yang dilakukan berupa data dan akan dijelaskan secara deskripsi dan mendapatkan suatu hasil kelayakan dari produk penelitian. Dalam penelitian ini yang Model pengembangan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model ADDIE yaitu :

1. Analisis Pengembangan dengan menganalisis Pembelajaran menggunakan modul cetak membuat beberapa peserta pelatihan kurang memahami secara utuh step by step yang di pelajari pada materi digital marketing. Kondisi ini membuat peserta kurang memiliki kemampuan yang baik dalam materi digital marketing terkhusus pada materi Mempublikasi produk atau jasa pada berbagai kanal media sosial yang tersedia. Aplikasi visme di pilih pada penelitian ini dikarenakan kemudahan yang ditawarkan bagi peserta pelatihan pemula. Membuat berbagai macam jenis promosi digital baik berupa flyer foto konten, infografis, dan video. Aplikasi visme memiliki ketersediaan fasilitas yang beragam didalamnya sehingga ini dapat membantu peserta pelatihan untuk membuat konten pemasaran secara awal dan mempublikasikannya di kanal sosial media diantaranya adalah 1) tata letak visme dapat di rubah sesuai dengan kebutuhan konten yang akan kita buat, 2) Perpustakaan visme memiliki 1.000.000 foto dan video yang memungkinkan peserta untuk memodifikasi untuk menciptakan desain yang indah dengan mencari di kotak pencarian dengan kata kunci apapun, 3) Jika peserta pelatihan selanjutnya adalah suatu tim dalam pengembangan bisnis, visme memfasilitasi konten edit langsung dengan pribadi dan tim memiliki akses untuk melakukan editing. Hal ini memungkinkan untuk berkolaborasi sepanjang waktu untuk kepentingan bisnis

- yang dijalani, 4) Memiliki format unduh dengan penyesuaian kebutuhan yang dialami sekarang dengan beberapa diantaranya berjenis file, JPEG, Audio, MP4 dan lainnya.
2. Tahap Desain membuat desain video training berbasis aplikasi visme berdasarkan pada data yang telah di kumpulkan peneliti.
 - a. Desain Konten Media Video Training berisi materi tentang tata cara membuat akun media sosial, dimulai dengan pembuatan akun gmail. Peneliti menganggap akun gmail merupakan salah satu peran penting yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis yang memafaatkan digital, era sekarang semua aplikasi mengharuskan pengguna memiliki akun gmail sehingga ini lebih memudahkan komunikasi antara penyedia aplikasi dan pengguna. Selanjutnya pada video training ditampilkan langkah langkah yang memabantu peserta pelatihan dalam pembuatan akun sosial media instagram.
 - b. Desain Pembelajaran Pembuatan Media Pembelajaran Pengembangan Video Training berbasis aplikasi visme untuk meningkatkan kompetensi digital marketing di Ruang Kaji Akademi menggunakan kurikulum kursus dan pelatihan digital marketing jenjang III yang berfokus pada mempublikasikan produk atau jasa dimedia sosial dengan kesesuaian ini peneliti optimis dapat membantu peserta pelatihan untuk meningkatkan pemahaman peserta pelatihan pada digital marketing. Dimuali pada pembuatan akun gmail selanjutnya akun media sosial instagram dilanjutkan dengan pemahaman konten berbentuk flyer yang cocok pada instagram dan konten video singkat yang dapat di buat melalui apliaksi visme ataupun video yang diambil sendiri.
 1. Desain Peta Materi Peta materi merupakan alur sub sub bab pada materi Digital Marketing yang akan dimasukkan ke materi 2. Desain Peta Kompetensi Berupa tujuan atau indikator yang harus dicapai oleh peserta pelatihan 3. Desain Tampilan berisikan desain tahap pertahap yang ada pada video training 3. Develop Langkah ADDIE berikutnya yaitu pengembangan produk yang telah direncanakan sebelumnya pada tahap desain Pada tahap ini peneliti memulai pengumpulan materi materi yang akan dikombinasikan dengan desain sehingga video yang dihasilkan menarik dan mampu membuat peserta pelatihan lebih fokus dalam bealajar. Beberapa kebutuhan yang disiapkan penulis diantaranya adalah modul cetak yang telah digunakan oleh Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi, Aplikasi Visme yang dibeli melalui penyedia layananannya di internet, Audio, dan animasi yang mendukung untuk kebutuhan materi pembelajaran sehingga lebih memiliki daya tarik bagi peserta pelatihan.

Langkah awal yang peneliti kerjakan adalah dengan mengambil materi yang ada pada modul pelatihan berbahan cetak serta gambar penunjang dan dimasukkan kedalam video pelatihan. Selanjutnya mengumpulkan bahan bahan lain seperti potongan video, animasi animasi yang menunjukkan dalam konten , gambar yang diambil dari percontohan pembuatan bahan ajar. Setelah seluruh bahan terkumpul, selanjutnya peneliti mulai mengaplikasikan atau pembuatan video training menggunakan aplikasi Visme. 4. Implementasi Pengembangan dilakukan terhadap aplikasi dan diuji oleh Ahli Materi dan ahli media dan di uji kepada peserta didik. Validasi ahli materi dilakukan untuk memastikan memiliki kualitas yang baik serta kelayakan dari isi materi yang disampaikan pada video training. Ahli materi menilai ada kesesuaian materi yang disampaikan pada video training dengan kurikulum Lembaga Kursus dan Pelatihan yang di keluarkan Oleh Kementerian dengan topik Mempublikasi produk atau jasa melalui berbagai macam kanal media pemasaran digital. Sesuai juga dengan sasaran yang di tentukan oleh peneliti pada peserta tingkat dasar dalam pemahaman digital marketing dan menggunakan bahasa yang baik serta tidak membuat bingung para peserta pelatihan yang melihat video training. Ahli materi dilakukan oleh Prianda Pebri, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Asahan dengan menggunakan angket penilaian yang telah dibaut. Video Training mendapatkan masukan yang sangat baik dari ahli materi sehingga membuat produk video training semakin bisa digunakan oleh peserta pelatihan.

Uji kelayakan oleh ahli media **adalah proses penilaian terhadap** aspek teknis dan desain media pembelajaran video training oleh seorang ahli dalam bidang media atau teknologi pembelajaran. Ahli akan menilai desain tampilan apakah menarik, konsisten, dan mendukung isi materi sehingga kualitas video sangat diharapkan sesuai dengan keadaan peserta pelatihan. Ahli juga akan menilai Apakah media berjalan lancar, tidak error, dan kompatibel dengan perangkat pengguna serta mudah untuk di pahami. Ahli media dilakukan oleh praktisi di bidang Media Yogi Simamora, S.Kom., M.Kom. 5. Evaluasi, Pada tahap ini adalah perbaikan yang telah diberikan saran saran oleh ahli medai dan materi. Semua yang diberikan saran akan di jadikan bahan untuk merivisi hasil produk sehingga produk akan semakin baik dan semakin layak untuk digunakan.

Tabel 1. Klasifikasi Tingkat Kelayakan Berdasarkan Presentase Untuk Mengukur Efektivitas keberhasilan Media

| No | Interval | Klasifikasi |
|----|------------|--------------|
| 1 | 81% - 100% | Sangat Valid |
| 2 | 51% - 75% | Valid |
| 3 | 41% - 60% | Cukup Valid |
| 4 | 21% - 40% | Kurang Valid |
| 5 | 0 % - 20% | TidakValid |

Untuk mengukur efektifitas keberhasilan Aplikasi Tajwid MATA menggunakan perhitungan Uji Normalize Gain (NGain) Adapun secara manual perhitungan N-Gain menggunakan rumus sebagai Berikut :

$$NN \text{ GAIN} = \frac{\text{Skor Posttest} - \text{Skor Pretest}}{\text{Skor Ideal} - \text{Skor Pretest}}$$

Setelah memperoleh hasil, perhitungan menggunakan standar tafsiran efektivitas N-Gain dengan kategori (%) seperti yang digunakan (Hake R.R,1999), maka tabelnya sebagai berikut. Dengan perhitungan persentasenya adalah :

Tabel 2. Perhitungan Persentase standar tafsiran efektivitas N-Gain

| Presentase | Tafsiran |
|------------|----------------|
| <40 | Tidak Efektif |
| 40 - 55 | Kurang Efektif |
| 56 - 75 | Efektif |
| > 76 | Sangat fektif |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan berhasil menghasilkan produk video training berbasis visme pada pembelajaran digital marketing dengan menggunakan model pengembangan ADDIE yaitu analysis (analisis), Design (Desain), Develop (Pengembangan), Implement (Implementasi), dan Evaluate (Evaluasi) yang dilakukan pada subjek penelitian di Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi. Kelayakan video training diuji oleh 2 ahli diantaranya ahli materi yang menguji pada sisi materi yang disampaikan pada video training dan diperoleh hasil persentase 94.60 % dan dikategorikan sangat layak. Pengujian ahli media di peroleh hasil peresentasi 91.64 % yang dikategorikan sangat layak. Dengan demikian pengembangan video training berbasis visme tidak hanya efektif untuk meningkatkan kompetensi peserta pelatihan namun juga dianggap sangat layak pada bagian materi dan tampilan. Hasil penelitian membuktikan bahwa pembelajaran digital marketing menggunakan video training memiliki efektivitas dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi, dapat dilihat peningkatan nilai yang awal sebelum menggunakan video training nilai seluruh peserta pelatihan 480 setelah pembelajaran menggunakan video training nilai meningkat menjadi 852. Berdasarkan perhitngan efektivitas dengan rumus N-gain diperoleh hasilnya sebesar 0.76 yang berarti telah dikatakan kategori sangat efektif jika dilihat angka minimal efektif adalah >0.56. Hasil ini menunjukkan video training berbasis visme efektif digunakan dalam pembelajaran.

Validasi ahli materi dilakukan untuk memastikan memiliki kualitas yang baik serta kelayakan dari isi materi yang disampaikan pada video training. Ahli materi menilai ada kesesuaian materi yang disampaikan pada video training dengan kurikulum Lembaga Kursus dan Pelatihan yang di keluarkan Oleh Kementerian dengan topik Mempublikasi produk atau jasa melalui berbagai macam kanal media pemasaran digital. Sesuai juga dengan sasaran yang di tentukan oleh peneliti pada peserta tingkat dasar dalam pemahaman digital marketing dan menggunakan bahasa yang baik serta tidak membuat bingung para peserta pelatihan yang melihat video training. Ahli materi dilakukan oleh Prianda Pebri, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Asahan dengan menggunakan angket penilaian yang telah dibuat. Video Training mendapatkan masukan yang sangat baik dari ahli materi sehingga membuat produk video training semakin bisa digunakan oleh peserta pelatihan.

Tabel 3. Aspek Penilaian Lembar Validasi Materi

| Aspek Penilaian | Skor Ahli | Persentase | Kategori |
|------------------------|-----------|------------|--------------|
| Aspek Substansi Materi | 15 | 93.75 % | Sangat Layak |
| Interaktivitas | 11 | 91.60 % | Sangat Layak |
| Kemudahan Pengguna | 8 | 100 % | Sangat Layak |
| Skor rata-rata | 11 | 94.60 % | Sangat Layak |

Validasi ahli materi yang telah dilakukan pada produk video training memperoleh 93.75 % pada substansi materi yang berarti dikatakatan sangat layak, mendapat kan 91.60% pada aspek interaktivitas yang berarti sangat layak, dan mendapatkan 100% pada kemudahan pengguna yang berarti juga sangat layak. Adapun saran dan masukan yang diberikan ahli materi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Saran dan Masukan Ahli Materi

| No | Saran dan Masukan | Revisi dan tindak Lanjut |
|----|--|--|
| 1 | Sebaiknya didalam video berisikan suara yang memberikan penjelasan setiap langkah – langkahnya | Memberikan tambahan suara |
| 2 | Dari langkah – langkahnya sebaiknya diberi jeda waktu yang lebih lama, sehingga yang menggunakan video sempat membacanya | Membuat jeda lebih lama antar penjelasan |

Uji kelayakan oleh ahli media adalah proses penilaian terhadap aspek teknis dan desain media pembelajaran video training oleh seorang ahli dalam bidang media atau teknologi pembelajaran. Ahli akan menilai desain tampilan apakah menarik, konsisten, dan mendukung isi materi sehingga kualitas video sangat diharapkan sesuai dengan keadaan peserta pelatihan. Ahli juga akan menilai Apakah media berjalan lancar, tidak error, dan kompatibel dengan perangkat pengguna serta mudah untuk di pahami. Ahli media dilakukan oleh praktisi di bidang Media Yogi Simamora, S.Kom, M.Kom.

Tabel 5. Uji kelayakan

| Aspek Penilaian | Skor Ahli | Persentase | Kategori |
|---|-----------|------------|--------------|
| Kualitas Tampilan | 11 | 91.60% | Sangat Layak |
| Daya Tarik Tampilan | 10 | 83.33% | Sangat Layak |
| Pengorganisasian Materi dan Kemudahan Operasional | 12 | 100% | Sangat Layak |
| Skor rata-rata | 11 | 91.64 % | Sangat Layal |

Validasi ahli media yang telah dilakukan pada produk video training memperoleh 91.60 % pada substansi media yang berarati dikatakatan sangat layak, mendapat kan 83.33 % pada aspek interaktivitas yang berarti sangat layak, dan mendapatkan 100 % pada kemudahan pengguna yang berarti juga sangat layak. Adapun saran dan masukan yang diberikan ahli Media dapat dilihat pada tabel berikut.

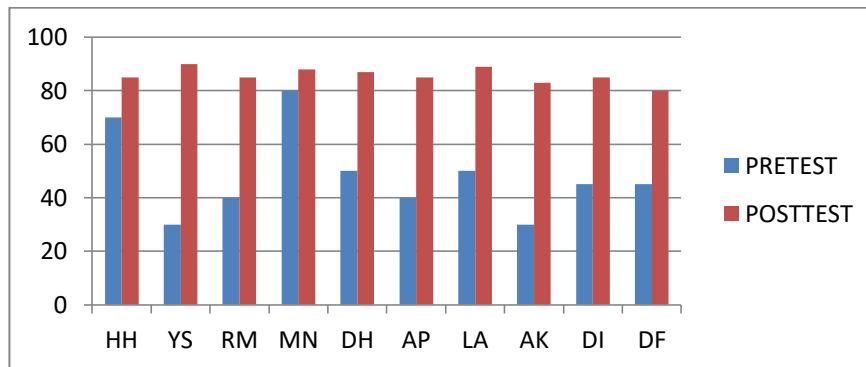
Tabel 6. Saran dan Masukan Ahli Media

| No | Saran dan Masukan | Revisi dan tindak Lanjut |
|----|--|--|
| 1 | Agar Lebih Menambahkan sound atau suara | Menambah kan Sound / suara yang berhubungan pada setiap materi |
| 2 | Pada setiap materi, didalam video terlihat juga praktik langsung proses materi pada aplikasi | Menambahkan penjelasan praktik langsung menggunakan aplikasi visme |

Uji coba Video Training di lakukan kepada satu orang peserta pelatihan untuk melihat respon peserta didik. YS salah satu peserta pelatihan Ruang Kaji Akademi mengatakan, setelah menonton video training ia semakin tertarik untuk belajar digital marketing karena melihat tampilan dan isi konten yang cukup menarik untuk di lihat. YS menyarankan untuk memberikan materi pengenalan apa itu digital marketing diawal video dijalankan.

Tabel 7. Aspek Penilaian Uji Pengguna

| Aspek Penilaian | Skor Uji Pengguna | Persentase | Kategori |
|--------------------|-------------------|------------|--------------|
| Substansi Materi | 16 | 100 % | Sangat Layak |
| Interaktivitas | 12 | 100 % | Sangat Layak |
| Kemudahan Pengguna | 8 | 100 % | Sangat Layak |
| Skor Rata - Rata | 12 | 100 % | Sangat Layak |



Gambar 1. Perbandingan pretest dan posttest bentuk diagram batang

Setelah Video Training selesai, maka selanjutnya adalah memastikan kelayakan video training untuk dijadikan sebuah pembelajaran di Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi. Video Training diuji oleh 1 ahli media dan 1 ahli materi. Hasil Evaluasi menunjukkan bahwasannya Video Training Sangat layak untuk digunakan sebagai media pembelajaran.

Hasil angket yang diberikan kepada responden selanjutnya di olah menggunakan perhitungan presentasi dengan 4 kategori yaitu tidak layak, kurang layak, layak dan sangat layak. Setelah dilakukan pengolahan data nilai yang dilakukan responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Validasi Kelayakan Video Training Pembelajaran

| Aspek Penilaian | Skor rata-rata | Presentase | Kategori |
|-----------------|----------------|------------|--------------|
| Ahli Materi | 11 | 94.60% | Sangat Layak |
| Ahli Media | 11 | 91.64 % | Sangat Layak |
| Skor Rata-rata | 11 | 93.12 & | Sangat Layak |

Berdasarkan Hasil uji ahli media pembelajaran mendapatkan rata rata nilai dengan presentase 9.12 % yang berarti aplikasi layak untuk digunakan.

Setelah Peneliti melakukan uji kelayakan materi dan uji kelayakan media peneliti melakukan revisi sebagaimana saran saran yang diberikan. Sebelumnya Peserta didik telah melakukan pretest dengan setelah belajar menggunakan modul cetak pelatihan dan memiliki hasil seperti terlampir. Setelah media dianggap layak, selanjutnya adalah media diimplementasikan kepada peserta pelatihan dengan melakukan ujian posttest. Instrumen yang diberikan berupa Pos Test. Hasil posttest dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Postest

| No | NAMA | Hasil Pretest | Hasil Postest |
|----|------|---------------|---------------|
| 1 | HH | 70 | 85 |
| 2 | YS | 30 | 90 |
| 3 | RM | 40 | 85 |
| 4 | MN | 80 | 88 |
| 5 | DH | 50 | 87 |
| 6 | AP | 40 | 85 |
| 7 | LA | 50 | 89 |
| 8 | AK | 30 | 83 |
| 9 | DI | 45 | 85 |
| 10 | DF | 45 | 80 |
| | | 480 | 852 |

Hasil pengujian pretest dan posttest kemudian dilakukan Uji Normalize Gain (N-Gain) untuk mengetahui efektivitas aplikasi tajwid MATA. Berikut perhitungan uji efektivitas dengan menggunakan Uji Normalize Gain (N-Gain)

$$N \text{ Gain} = \frac{852-480}{1000-480} = \frac{372}{520} = 0.7$$

Berdasarkan nilai N-Gain Score $0.70 > 0.56$ yang berarti masuk kategori efektif berdasarkan tabel kriteria keefektifan produk pada tabel dibawah ini :

Keterangan Kategori N-Gen

Tabel 10. Kriteria keefektifan

| Presentase % | Tafsiran |
|--------------|----------------|
| <40 | Tidak Efektif |
| 40-55 | Kurang Efektif |
| 56-75 | Efektif |
| >76 | Sangat Efektif |

KESIMPULAN

1. Penelitian yang dilakukan berhasil menghasilkan produk video training berbasis visme pada pembelajaran digital marketing dengan menggunakan model pengembangan ADDIE yaitu analysis (analisis), Design (Desain), Develop (Pengembangan), Implement (Implementasi), dan Evaluate (Evaluasi) yang dilakukan pada subjek penelitian di Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi.
2. Kelayakan video training diuji oleh 2 ahli diantaranya ahli materi yang menguji pada sisi materi yang disampaikan pada video training dan diperoleh hasil persentase 94.60 % dan dikategorikan sangat layak. Pengujian ahli media di peroleh hasil persentase 91.64 % yang dikategorikan sangat layak. Dengan demikian pengembangan video training berbasis visme tidak hanya efektif untuk meningkatkan kompetensi peserta pelatihan namun juga dianggap sangat layak pada bagian materi dan tampilan.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa pembelajaran digital marketing menggunakan video training memiliki efektivitas dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Ruang Kaji Akademi, dapat dilihat peningkatan nilai yang awal sebelum menggunakan video training nilai seluruh peserta pelatihan 480 setelah pembelajaran menggunakan video training nilai meningkat menjadi 852. Berdasarkan perhitungan efektivitas dengan rumus N-gain diperoleh hasilnya sebesar 0.76 yang berarti telah dikatakan kategori sangat efektif jika dilihat angka minimal efektif adalah >0.56 . Hasil ini menunjukkan video training berbasis visme efektif digunakan dalam pembelajaran.

REFERENSI

- Aina Mulyana. Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Diakses pada 27 September 2018. <https://ainamulyana.blogspot.com/2018/06/undang-undang-uu-nomor-20-tahun-2003.html>
- Abidin, Ruslandi. 2018. Evaluasi Program Lembaga Kursus Dan Pelatihan Komputer (Lkp) Tunas Muda Bagi Kehidupan Sosial Masyarakat Di Desa Cilellang Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru. Makassar.
- Baisyir, 2021. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Grabfoodjakarta Timur). Jakarta.
- Benny A Pribadi 2016 “Desain Dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi” cetakan kedua, april 2016 PT PRENADA MEDIA GROUP
- Hamalik, Oemar. 1994. Media Pendidikan. (Cetakan ke-7). Bandung: Penerbit PT. Citra Aditya Bakti Heru Susanto Abu Muhassin dalam <http://abumuhassin.blogspot.com>
- Heinich, R., Molenda, M. & Russel, J.D. (1996). (3rd Ed). Instructional Technology For Teaching Abd Learning: Designing Instruction, Integrating Computers And Using Media. Upper Saddle river, NJ, Merrill Prentice Hall.
- Hopkins, David. (1993). A Teacher Guide to Classroom Research. Philadelphia: Open University Press <http://j.gs/440047/quranflashtajweed>
- <https://developer.android.com/codelabs/basic-android-kotlin-compose-install-android-studio?hl=id#0>
https://id.wikipedia.org/wiki/Android_Studio
- Iqbal, Muhammad. 2022. Pengertian Konten. Lindungi Hutan Blog
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2016 “Pedoman Pendidikan dan Pelatihan Implementasi Model Tellumpocoe Bagi Penyelenggara Kursus Pada Satuan Pendidikan Nonformal Tahun 2016 Makassar
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Direktorat Kursus dan Pelatihan 2021 Standart Kompetensi Lulusan Kursus Dan Pelatihan Pemasaran Digital Jenjang Iii
- Kotler, P. & Armstrong, G, (1997). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Prehanlindo.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Maulana Muhamad <https://itbox.id/blog/android-studio-adalah> https://www.researchgate.net/publication/353074272_Hasil_pengembangan_Aplikasi_Dengan_Android_Studio Kustandi, Cecep dan Bambang, Sutjipto. (2011).

- Media Pembelajaran Manual dan Digital. Jakarta: Ghalia Indonesia
- M. Alfianto Edrizal dalam <http://khazanahtajwid.blogspot.com>
- Madjid, Abdul. 2007. Belajar Mudah Membaca Al- Qur'an. Bandung : El-Fath
- Nana Sudjana dan Ahmad Riva'I, Media Pengajaran, Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2009 Siregar, Eveline dan Hartini Nara. 2011. Teori Belajar dan Pembelajaran. Bogor : Ghalia Indonesia
- Nainggolan Hermin., dkk. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. EUREKA MEDIA AKSARA,
- R. Irawati, 2022. Pengaruh Content Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Image Konsumen Pada Comfort of Chocolate Tahun 2020. Vol7, No.3, Hal 311-321. Jakarta.
- Sachdev Raj (2024). Digital Marketing. McGraw Hill LLC, 1325 Avenue of the Americas, New York, NY 10019.
- Sugiyono .2016. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Bandung: Alfabeta, hal.222.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke-25.
- Suhardjono.2005. Laporan Penelitian Eksperimen dan Penelitian Tindakan Kelas sebagai KTI. Makalah pada Penelitian Peningkatan Mutu Guru di Makassar, Jakarta tahun 2005
- Suharsimi, Arikunto. 2002. Penelitian Tindakan Kelas. Makalah pada pendidikan dan Penelitian (TOT) Pengembangan Profesi bagi Jabatan Fungsional Guru, 11-20 Juli 2002 di Balai Penataran Guru (BPG) Semarang, yang diselenggarakan oleh Proyek Pengembangan Sistem dan Standars Profesional Tenaga Kependidikan Dasar dan Menengah, Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional.
- Sumiati & Asra.(2009). Metode Pembelajaran. Bandung: CV Wacana Prima
- Surya, Mohamad. 2004. Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran. Bandung : Pustaka Bani Quraisy Susilana, Rudi dan Riyana, Cepi.(2009). Media Pembelajaran. Bandung : CV Wacana Prima Uchu dalam <http://masjid-almunawwar.blogspot.com>
- Wiriaatmadja, Rochiati. 2005. Metode Penelitian Tindakan Kelas. Bandung: PT Remaja Rosda Karya Tafsir Ahmad, metodologi pengajaran agama islam Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017
- Tafsir, Ahmad. Metode pemejaraan agama Islam. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2018 Tekan, Ismail. Tajwid Qur'an Karim . Jakarta: Pustaka al-Husna, 2012 Taufiqurrohman, H. R. Metode Jibril Malang: IKAPIQ Malang, 2013.
- Usman, Husaini. Purnomo Setiady Akbar. Metodologi Penelitian Sosial . Cet. IV; Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Yahya Abdul Fattah az-Zamawi, Revolusi Menghafal Al - Qur'an Cet. I; Surakarta: Insan Kamil, 2010 Yamin Martinis, Strategi Pembelajaran Berbasis Kompetensi Jakarta: Gaung Persada Press, 2004
- Zen, Muhaimin. Akhmad Mustafid. Bunga Rampai Mutiara Jakarta: Jam'iyatul Qurra' wal Huffadz, 2010. Zulfison dan Muharram. Belajar Mudah memebaca al-Qur'an metode mandiri . Cet. I; Jakarta Ciputat: Press 2015. Zuhdi Mudlor Ahmad, Kamus Arab Indonesia Cet. IX; Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 2014 Dikutip dari <https://penerbitdepublish.com/media-pembelajaran-digita> Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Tajwid> <https://kemenag.go.id/kolom/metode-baca-al-qur-an-iqro-HBXHy> https://id.wikipedia.org/wiki/Metode_Yanbu'a <https://kemenag.go.id/nasional/survei-kemenag> indeks-literasi-al-qur-an-kategori-tinggi-w0A7W <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6315198/7-metode-belajar-membaca-al-quran-dan-masing-masing-kelebihannya>