

PENGEMBANGAN VIDEO TUTORIAL PADA KOMPETENSI DASAR PENERAPAN PROMOSI UNTUK PEMASARAN ONLINE PLATFORM TIKTOK BAGI SISWA SMK KULINER FASE F

Laila Puspita Sari¹, Sri Handajani², Ita Fatkhur Romadhoni³, Ratna Palupi Nurfatimah⁴

^{1, 2, 3, 4}Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Email: lailapuspitasaki1004@gmail.com

Article History

Received: 12-06-2026

Revision: 27-06-2026

Accepted: 28-06-2026

Published: 30-06-2026

Abstract. The rapid development of digital technology has increased the demand for digital marketing competencies among vocational high school students. However, learning activities related to online marketing promotion at SMK Negeri 2 Jombang were still dominated by lecture methods and limited learning media, resulting in low student engagement and practical understanding. This study aimed to develop a video tutorial on the basic competency of implementing promotional strategies for online marketing through the TikTok platform for Culinary Vocational High School students in Phase F, determine its feasibility, and analyze student responses. The study employed a Research and Development (R&D) approach using the 4D model, limited to the Define, Design, and Develop stages. Data were collected through material validation sheets, media validation sheets, and student response questionnaires. The results showed that the developed video tutorial obtained a material expert validation score of 92% and a media expert validation score of 89%, both categorized as very valid. Student responses reached 85% and were categorized as very positive. Therefore, the video tutorial is feasible to be used as an alternative learning medium to improve students' understanding, learning motivation, and digital promotion skills.

Keywords: Video Tutorial, Online Marketing, Tiktok, Vocational Education, Digital Promotion.

Abstrak. Perkembangan teknologi digital menuntut peserta didik sekolah menengah kejuruan memiliki kompetensi pemasaran digital yang memadai, namun pembelajaran promosi pemasaran online di SMK Negeri 2 Jombang masih didukung media pembelajaran yang terbatas sehingga kurang optimal dalam mengembangkan keterampilan praktik peserta didik. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video tutorial pada kompetensi dasar penerapan promosi untuk pemasaran *online* melalui platform TikTok bagi siswa SMK Kuliner fase F, mengetahui tingkat kelayakan media, serta menganalisis respons peserta didik terhadap media yang dikembangkan. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model 4D yang dibatasi pada tahap *Define*, *Design*, dan *Develop*. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta angket validasi ahli dan angket respons peserta didik. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menghitung persentase skor validasi dan respons pengguna berdasarkan kriteria kelayakan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video tutorial yang dikembangkan memperoleh skor validasi ahli materi sebesar 92% dan validasi ahli media sebesar 89% yang termasuk kategori sangat valid. Respons peserta didik mencapai 85% dengan kategori sangat positif. Temuan ini menunjukkan bahwa video tutorial berbasis TikTok layak digunakan sebagai media pembelajaran untuk mendukung pemahaman materi, meningkatkan motivasi belajar, serta mengembangkan keterampilan promosi digital peserta didik SMK.

Kata Kunci: Video Tutorial, Pemasaran *Online*, Tiktok, SMK Kuliner, Promosi Digital.

How to Cite: Sari, L. P., Handajani, S., Romadhoni, I. F., & Nurfatimah, R. P. (2026). Pengembangan Video Tutorial pada Kompetensi Dasar Penerapan Promosi untuk Pemasaran *Online Platform* Tiktok bagi Siswa SMK Kuliner Fase F. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 2798-2809. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.6382>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pembelajaran dan kebutuhan kompetensi peserta didik pada pendidikan vokasi. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tidak hanya dituntut menghasilkan lulusan yang menguasai keterampilan teknis sesuai bidang keahlian, tetapi juga memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi digital yang relevan dengan kebutuhan industri kerja (Fitriani & Hidayat, 2022). Salah satu kompetensi yang semakin penting adalah kemampuan promosi dan pemasaran digital karena aktivitas pemasaran saat ini banyak dilakukan melalui platform media sosial dan aplikasi berbasis internet (Kotler et al., 2021).

Pada bidang kuliner, kemampuan promosi digital menjadi bagian penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing produk. Media sosial memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Salah satu platform yang berkembang pesat adalah TikTok yang menawarkan fitur video pendek, interaktif, dan berbasis visual sehingga efektif digunakan sebagai media promosi produk (Omar & Dequan, 2020). Penelitian Khlaif et al. (2023) menunjukkan bahwa media berbasis video mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik serta mempermudah pemahaman keterampilan yang bersifat prosedural dan praktik.

Hasil observasi di SMK Negeri 2 Jombang menunjukkan bahwa pembelajaran pada kompetensi dasar penerapan promosi untuk pemasaran online masih didominasi metode ceramah dan penggunaan media PowerPoint. Kondisi tersebut menyebabkan peserta didik kurang memperoleh contoh praktik promosi digital secara nyata sehingga mengalami kesulitan dalam menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial. Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa peserta didik lebih tertarik pada media pembelajaran berbasis video karena dianggap lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebiasaan belajar generasi digital.

Berbagai penelitian telah mengembangkan media video pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan video sebagai media penyampaian materi secara umum dan belum banyak yang mengembangkan video tutorial berbasis TikTok yang secara khusus ditujukan untuk pembelajaran promosi pemasaran online pada peserta didik SMK bidang kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada pengembangan video tutorial yang mengintegrasikan kompetensi promosi digital dengan pemanfaatan platform TikTok sebagai media pembelajaran yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan dunia kerja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video tutorial pada kompetensi dasar penerapan promosi untuk pemasaran online melalui platform TikTok bagi siswa SMK Kuliner Fase F. Selain itu, penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kelayakan media berdasarkan penilaian ahli serta mengetahui respons peserta didik terhadap media yang dikembangkan sebagai alternatif pembelajaran promosi digital yang lebih menarik, interaktif, dan relevan dengan perkembangan teknologi saat ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model pengembangan 4D (*Four-D Model*) yang dikemukakan oleh Thiagarajan, meliputi tahap *Define*, *Design*, *Develop*, dan *Disseminate*. Penelitian ini dibatasi hingga tahap *Develop* karena tujuan penelitian berfokus pada pengembangan dan pengujian kelayakan produk. Tahap *Define* (pendefinisian) bertujuan mengidentifikasi kebutuhan pembelajaran dan permasalahan yang dihadapi peserta didik. Pengumpulan data pada tahap ini dilakukan melalui observasi, wawancara dengan guru mata pelajaran, serta analisis dokumen pembelajaran. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi pembelajaran, kebutuhan media, dan karakteristik peserta didik. Tahap *Design* (perancangan) meliputi penyusunan materi, pembuatan *storyboard* video tutorial, penyusunan naskah video, serta pengembangan instrumen penelitian berupa lembar validasi ahli dan angket respons peserta didik. Pada tahap ini dilakukan analisis kesesuaian materi dengan capaian pembelajaran dan kompetensi dasar yang ditetapkan.

Tahap *Develop* (pengembangan) meliputi pembuatan video tutorial berbasis TikTok, validasi produk oleh tiga ahli materi dan tiga ahli media, revisi produk berdasarkan masukan validator, serta uji coba terbatas kepada 35 peserta didik kelas XI Kuliner 4 SMK Negeri 2 Jombang Tahun Ajaran 2025/2026. Data validasi dikumpulkan menggunakan lembar penilaian ahli materi dan ahli media, sedangkan data respons peserta didik diperoleh melalui angket. Data hasil validasi dan respons peserta didik dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan teknik persentase untuk menentukan tingkat kelayakan media dan kategori respons pengguna. Persentase hasil penilaian kemudian diinterpretasikan berdasarkan kriteria kelayakan media pembelajaran yang telah ditetapkan.

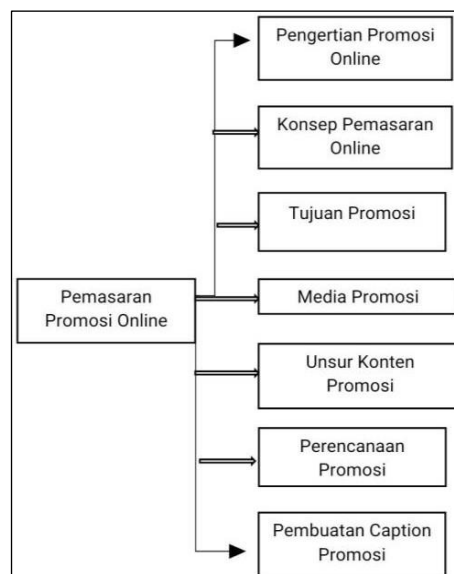
HASIL

Hasil Pengembangan Video Tutorial

Penelitian ini menghasilkan media pembelajaran berupa video tutorial pada materi Produk Kreatif dan Kewirausahaan dengan durasi 7 menit 40 detik yang dapat diakses melalui YouTube. Pengembangan media menggunakan model 4D yang dibatasi pada tahap *Define*, *Design*, dan *Develop*. Video tutorial dikembangkan untuk mendukung pembelajaran kompetensi dasar penerapan promosi untuk pemasaran *online* melalui platform TikTok bagi siswa SMK Kuliner fase F.

Tahap *Define*

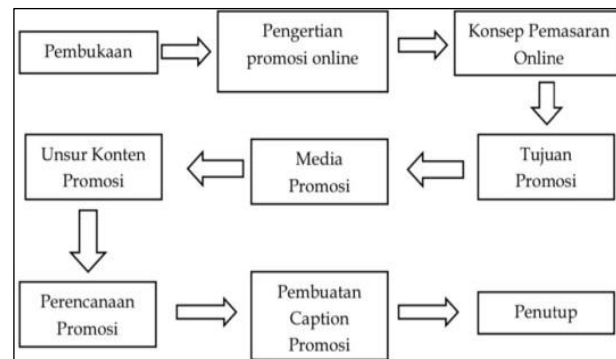
Pada tahap *Define*, dilakukan analisis kebutuhan, analisis sasaran, analisis tugas, analisis konsep, dan perumusan tujuan pembelajaran. Hasil observasi menunjukkan bahwa pembelajaran masih didominasi metode ceramah dan media yang terbatas sehingga kurang menarik minat belajar peserta didik. Selain itu, peserta didik masih mengalami kesulitan dalam memahami dan mempraktikkan promosi pemasaran *online*. Hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa peserta didik lebih menyukai media pembelajaran berbasis video karena lebih menarik dan mudah dipahami. Analisis konsep menghasilkan materi yang meliputi pengertian promosi *online*, perencanaan konten, alat dan bahan, proses pembuatan video promosi, hingga publikasi konten.



Gambar 1. Peta konsep materi produk kreatif dan kewirausahaan

Tahap Design

Pada tahap *Design*, dilakukan penyusunan instrumen penelitian berupa lembar validasi ahli materi, lembar validasi ahli media, dan angket respons peserta didik. Selain itu, disusun *storyboard*, materi pembelajaran, serta bagan alir media sebagai pedoman pengembangan video tutorial. Proses penyuntingan video dilakukan menggunakan aplikasi CapCut dan hasil akhir diunggah ke YouTube sehingga dapat diakses secara fleksibel oleh peserta didik.



Gambar 2. Bagan alir pengembangan video tutorial

Tahap *Develop* menghasilkan *prototype* video tutorial yang memuat materi promosi pemasaran *online*, proses pembuatan konten promosi produk kuliner, teknik penyuntingan video, dan hasil konten yang siap dipublikasikan melalui TikTok. Produk kemudian divalidasi oleh tiga ahli materi dan tiga ahli media. Hasil validasi menunjukkan perlunya beberapa perbaikan, meliputi penambahan sitasi dan kelengkapan materi, penyempurnaan contoh caption promosi, konsistensi penggunaan istilah, penambahan *font*, penyempurnaan hasil penyuntingan video, serta peningkatan kualitas audio. Masukan tersebut digunakan sebagai dasar revisi sehingga diperoleh media video tutorial yang layak digunakan dalam pembelajaran.

Kelayakan Pengembangan Video Tutorial

Validasi Ahli Materi

Validasi materi dilakukan oleh tiga validator yang terdiri atas dua dosen Universitas Negeri Surabaya dan satu guru mata pelajaran pemasaran SMK Negeri 2 Jombang. Hasil validasi menunjukkan bahwa seluruh aspek memperoleh persentase di atas 90%, yang menunjukkan tingkat kelayakan yang sangat tinggi. Aspek pembelajaran memperoleh skor tertinggi sebesar 94%, mengindikasikan bahwa video tutorial telah sesuai dengan tujuan pembelajaran, karakteristik peserta didik, dan kompetensi yang harus dicapai. Aspek bahasa memperoleh persentase 92%, yang menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan komunikatif,

mudah dipahami, dan sesuai dengan tingkat perkembangan peserta didik. Sementara itu, aspek materi memperoleh persentase 90%, yang mengindikasikan bahwa isi video telah sesuai dengan materi promosi pemasaran online melalui platform TikTok serta relevan dengan kebutuhan pembelajaran di SMK. Secara keseluruhan, video tutorial memperoleh rata-rata persentase sebesar 92% dengan kategori sangat valid, sehingga layak digunakan sebagai media pembelajaran tanpa memerlukan revisi mayor.

Tabel 1. Hasil validasi ahli materi

Aspek	Persentase (%)	Kategori
Materi	90	Sangat Valid
Pembelajaran	94	Sangat Valid
Bahasa	92	Sangat Valid
Rata-rata Keseluruhan	92	Sangat Valid

Hasil validasi tersebut menunjukkan bahwa video tutorial yang dikembangkan telah memenuhi kriteria kelayakan dari segi isi materi, kualitas pembelajaran, dan penggunaan bahasa. Dengan demikian, media yang dikembangkan dinilai mampu mendukung proses pembelajaran promosi pemasaran *online* secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan siswa.

Validasi Ahli Media

Validasi media dilakukan oleh tiga validator yang terdiri atas dua dosen Universitas Negeri Surabaya dan satu guru SMK Negeri 2 Jombang. Hasil validasi menunjukkan bahwa seluruh aspek media memperoleh kategori sangat valid. Aspek penggunaan memperoleh skor tertinggi sebesar 92%, yang menunjukkan bahwa video tutorial mudah diakses, mudah dioperasikan, dan dapat digunakan secara efektif dalam kegiatan pembelajaran. Aspek visual memperoleh persentase 90%, yang mengindikasikan bahwa tampilan video, pemilihan warna, tata letak, animasi, dan penyajian materi dinilai menarik serta mampu mendukung pemahaman peserta didik. Sementara itu, aspek audio memperoleh persentase 86%, yang menunjukkan bahwa kualitas suara, narasi, dan kejelasan penyampaian materi sudah baik, meskipun masih terdapat beberapa saran perbaikan terkait kualitas rekaman atau pengaturan volume pada bagian tertentu. Secara keseluruhan, video tutorial memperoleh rata-rata persentase sebesar 89% dengan kategori sangat valid, sehingga layak digunakan sebagai media pembelajaran.

Tabel 2. Hasil Validasi Ahli Media

Aspek	Persentase (%)	Kategori
Visual	90	Sangat Valid
Audio	86	Sangat Valid
Penggunaan	92	Sangat Valid
Rata-rata Keseluruhan	89	Sangat Valid

Hasil validasi tersebut menunjukkan bahwa media yang dikembangkan telah memenuhi kriteria kelayakan dari aspek tampilan, kualitas audio, dan kemudahan penggunaan. Tingginya skor pada aspek penggunaan mengindikasikan bahwa media praktis digunakan dalam pembelajaran, sedangkan skor visual dan audio menunjukkan bahwa video mampu menyajikan materi secara menarik dan komunikatif. Dengan demikian, video tutorial yang dikembangkan layak digunakan untuk mendukung pembelajaran promosi pemasaran online melalui platform TikTok pada siswa SMK.

Respons Peserta Didik

Respons peserta didik diperoleh dari 35 siswa kelas XI Kuliner 4 SMK Negeri 2 Jombang setelah menggunakan video tutorial yang dikembangkan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa seluruh aspek memperoleh kategori sangat positif. Aspek relevansi materi memperoleh persentase tertinggi sebesar 87%, yang menunjukkan bahwa materi yang disajikan dalam video tutorial sesuai dengan kebutuhan pembelajaran serta mudah dihubungkan dengan praktik promosi produk melalui platform TikTok. Aspek kejelasan penjelasan memperoleh persentase sebesar 86%, yang mengindikasikan bahwa penyampaian materi dalam video mudah dipahami dan membantu peserta didik mengikuti langkah-langkah promosi digital secara sistematis. Aspek motivasi belajar memperoleh persentase sebesar 85%, menunjukkan bahwa penggunaan video tutorial mampu meningkatkan minat dan antusiasme peserta didik dalam mempelajari materi promosi pemasaran online. Sementara itu, aspek kualitas video memperoleh persentase 82%, yang menunjukkan bahwa tampilan visual, audio, dan penyajian video dinilai baik serta mendukung proses pembelajaran.

Tabel 3. Hasil respons peserta didik

Aspek	Persentase (%)	Kategori
Relevansi Materi	87	Sangat Positif
Kualitas Video	82	Sangat Positif
Kejelasan Penjelasan	86	Sangat Positif
Motivasi Belajar	85	Sangat Positif
Rata-rata Keseluruhan	85	Sangat Positif

Rata-rata respons peserta didik sebesar 85% menunjukkan bahwa video tutorial diterima dengan sangat baik oleh pengguna. Tingginya penilaian pada aspek relevansi materi dan kejelasan penjelasan mengindikasikan bahwa media yang dikembangkan mampu membantu peserta didik memahami konsep dan praktik promosi pemasaran online secara lebih efektif. Selain itu, respons positif pada aspek motivasi belajar menunjukkan bahwa penggunaan video tutorial berbasis TikTok dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dan sesuai

dengan karakteristik peserta didik. Dengan demikian, video tutorial yang dikembangkan dinyatakan layak digunakan sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan.

DISKUSI

Hasil Pengembangan Video Tutorial

Pengembangan media pembelajaran dilakukan menggunakan model *Research and Development* (R&D) yang mengadaptasi model 4D menjadi tiga tahap, yaitu *Define*, *Design*, dan *Develop* (Hendriana et al., 2021). Pada tahap *Define*, hasil analisis menunjukkan bahwa pembelajaran di kelas XI Kuliner 4 SMK Negeri 2 Jombang masih didominasi metode ceramah dan penggunaan PowerPoint sehingga peserta didik mengalami kesulitan dalam memahami serta mempraktikkan promosi pemasaran *online*. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya media pembelajaran yang lebih interaktif dan sesuai dengan karakteristik peserta didik yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital (Kardo et al., 2025).

Tahap *Design* dilakukan melalui penyusunan *storyboard*, pemilihan materi, serta penentuan perangkat yang digunakan dalam pengembangan media. Selanjutnya, tahap *Develop* menghasilkan video tutorial berdurasi 7 menit 40 detik yang memuat materi Produk Kreatif dan Kewirausahaan mengenai promosi pemasaran *online* melalui TikTok. Penggunaan TikTok dan CapCut dalam media pembelajaran memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual karena peserta didik tidak hanya mempelajari teori promosi, tetapi juga mempraktikkan pembuatan konten promosi produk kuliner secara langsung. Temuan ini sejalan dengan pendapat Nurfauzi et al. (2025) yang menyatakan bahwa media video tutorial mampu mendukung *mastery learning* melalui penyajian materi secara visual dan bertahap.

Selain itu, integrasi pendekatan Project Based Learning dalam video tutorial memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk menghasilkan produk nyata berupa konten promosi digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kurniawan et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek dapat meningkatkan kreativitas, keterampilan pemecahan masalah, dan kesiapan kerja peserta didik melalui pengalaman belajar yang autentik. Dalam penelitian ini, peserta didik tidak hanya mempelajari strategi promosi, tetapi juga mengembangkan kemampuan merancang konten, mengelola media digital, dan memasarkan produk secara kreatif. Oleh karena itu, video tutorial yang dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai media pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana penguatan kompetensi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan industri kreatif saat ini.

Kelayakan Materi dan Media terhadap Video Tutorial

Hasil validasi menunjukkan bahwa video tutorial yang dikembangkan memiliki tingkat kelayakan yang sangat tinggi. Validasi ahli materi memperoleh persentase sebesar 92% dengan kategori sangat valid. Nilai tersebut menunjukkan bahwa materi yang disajikan telah sesuai dengan tujuan pembelajaran, tersusun secara sistematis, mudah dipahami, serta mampu mendukung proses pembelajaran secara efektif. Tingginya nilai pada aspek pembelajaran mengindikasikan bahwa penggunaan video tutorial mampu membantu peserta didik memahami konsep promosi pemasaran *online* melalui pengalaman belajar yang lebih konkret. Temuan ini sejalan dengan penelitian Amanda et al. (2025) yang menyatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan lebih efektif apabila disajikan melalui aktivitas yang bersifat praktik dan kontekstual.

Pemilihan produk sandwich sebagai objek promosi juga mendukung ketercapaian tujuan pembelajaran karena produk tersebut mudah dibuat oleh peserta didik dan memiliki nilai visual yang menarik untuk dipromosikan melalui media sosial. Penyajian materi yang dimulai dari pengenalan konsep promosi, penggunaan aplikasi CapCut, penyusunan *caption*, hingga publikasi konten di TikTok memungkinkan peserta didik memahami materi secara bertahap tanpa mengalami beban kognitif yang berlebihan. Hasil ini sejalan dengan *Information Processing Theory* yang menekankan pentingnya penyajian informasi secara sistematis agar lebih mudah diproses dan disimpan dalam memori jangka panjang (Muhammad et al., 2025). Temuan tersebut juga mendukung hasil penelitian Mulyaningsih et al. (2024) dan Sarwinah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa integrasi keterampilan produksi dan pemasaran digital dapat meningkatkan kompetensi peserta didik SMK.

Validasi ahli media memperoleh persentase sebesar 89% dengan kategori sangat valid. Tingginya skor pada aspek visual menunjukkan bahwa desain media, penggunaan warna, tata letak, animasi, dan tipografi telah mendukung keterbacaan serta daya tarik pembelajaran. Sementara itu, aspek audio yang memperoleh kategori sangat valid menunjukkan bahwa narasi dan musik latar mampu membantu peserta didik mengikuti alur materi dengan lebih baik. Temuan ini sejalan dengan *Cognitive Theory of Multimedia Learning* yang dikemukakan Mayer, yang menyatakan bahwa kombinasi unsur visual dan verbal yang dirancang secara tepat dapat meningkatkan proses pemahaman dan retensi informasi peserta didik (Cortez, 2024).

Secara keseluruhan, hasil validasi materi dan media menunjukkan bahwa video tutorial yang dikembangkan telah memenuhi aspek isi, penyajian, desain, dan kemudahan penggunaan. Temuan ini mendukung hasil penelitian Rautela (2024) dan Trissetianto dan Ali (2025) yang menyimpulkan bahwa media pembelajaran berbasis video yang mengintegrasikan unsur visual,

audio, dan praktik langsung memiliki potensi yang lebih besar dalam meningkatkan keterlibatan serta pemahaman peserta didik dibandingkan media pembelajaran konvensional. Oleh karena itu, video tutorial yang dikembangkan layak digunakan sebagai media pembelajaran promosi pemasaran online pada siswa SMK karena mampu menghubungkan pemahaman konseptual dengan keterampilan praktik yang dibutuhkan dalam pemasaran digital.

Hasil Angket Respons Siswa terhadap Video Tutorial Pemasaran Promosi Online

Hasil angket menunjukkan bahwa respons peserta didik terhadap video tutorial berada pada kategori sangat positif dengan persentase sebesar 85%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa media yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan belajar peserta didik, baik dari aspek relevansi materi, kualitas video, kejelasan penjelasan, maupun motivasi belajar. Tingginya nilai pada aspek relevansi materi menunjukkan bahwa peserta didik merasa materi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan mereka sebagai siswa SMK Kuliner dan dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan promosi produk.

Respons positif peserta didik menunjukkan bahwa penggunaan video tutorial berbasis TikTok dan CapCut mampu meningkatkan motivasi dan keterlibatan peserta didik dalam pembelajaran. Temuan ini sejalan dengan penelitian Damanik (2023) dan Kurniawan et al. (2023) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital yang dekat dengan kehidupan peserta didik dapat meningkatkan partisipasi belajar sekaligus mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan konten promosi. Selain itu, kualitas video yang dinilai sangat baik menunjukkan bahwa unsur visual dan audio membantu peserta didik memahami materi secara lebih mudah dan menarik. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Apriliyanawati et al. (2026), Baharuddin et al. (2025), dan Huda et al. (2025) yang menunjukkan bahwa media pembelajaran berbasis video dapat meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan kesiapan peserta didik dalam menghadapi tuntutan kompetensi digital. Oleh karena itu, video tutorial yang dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai media pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan promosi digital yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan industri kreatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan media pembelajaran berupa video tutorial tentang penerapan promosi untuk pemasaran *online* bagi siswa SMK Kuliner fase F berhasil dilakukan menggunakan model pengembangan 4D yang dibatasi pada tahap *define*, *design*, dan

develop. Produk yang dihasilkan berupa video tutorial yang memuat materi promosi pemasaran *online* melalui platform TikTok dan dapat diakses secara digital. Hasil uji kelayakan menunjukkan bahwa media yang dikembangkan memiliki kualitas yang sangat baik, ditunjukkan oleh hasil validasi ahli materi sebesar 92% dan validasi ahli media sebesar 89%, yang keduanya termasuk dalam kategori sangat layak. Selain itu, respons peserta didik memperoleh persentase sebesar 85% dengan kategori sangat baik, sehingga menunjukkan bahwa media video tutorial mampu membantu peserta didik memahami materi, meningkatkan motivasi belajar, serta mendukung keterampilan promosi digital pada bidang kuliner.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, media video tutorial dapat dimanfaatkan oleh guru sebagai alternatif pembelajaran yang lebih interaktif, kontekstual, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital. Bagi peserta didik, media ini dapat digunakan sebagai sarana belajar mandiri untuk meningkatkan keterampilan promosi dan pembuatan konten pemasaran produk kuliner. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian hingga tahap *disseminate* serta menambahkan fitur interaktif maupun integrasi dengan platform digital lainnya agar media pembelajaran yang dihasilkan semakin inovatif, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan pendidikan vokasi serta perkembangan industri kreatif digital.

REFERENSI

- Agustini, K., & Ngarti, J. G. (2020). Pengembangan Video Pembelajaran untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Menggunakan Model R&D. *Jurnal Teknologi Pembelajaran*.
- Apriliyanawati, A., Irianti, A. H. S., Sulistyaningwati, B., & Alimah, A. (2026). The Effect of Digital Marketing-Based Entrepreneurship Instructional Videos on the Sales Intent for Fashion Products Using an Affiliate Program. *Teaching, Learning, and Development*, 4(1), 117–125. <https://doi.org/10.62672/telad.v4i1.110>
- Baharuddin, A., M, M. L., Syarifuddin, Akbal, F., & Febisatria, A. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Siswa SMK Melalui Model Workshop Berbasis Praktik Pada SMKN 1 Barru. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 470–477. <https://doi.org/10.61722/japm.v4i1.7362>
- Cortez, M. A. (2024). *Transforming Massive Open Online Course (MOOC) Experiences: Mayer's Cognitive Theory of Multimedia Learning (CTML) in Action*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11069278>
- Damanik, P. (2023). Literasi Digital Marketing dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online di SMK Pangeran Antasari Kota Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 1671–1677.
- Diana, L., & Maharani, A. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Audio Visual dengan Teknik Tutorial Berbasis Kemampuan Konseptual pada Mata Pelajaran Integral. *Jurnal Derivat*, 6(1).

- Fitriani, R., & Hidayat, T. (2022). Digital competence in vocational education: Preparing students for industry 4.0. *Journal of Technical Education and Training*, 14(2), 45–54.
- Hendriana, D., Rofi'i, & Hartono. (2021). The Development of Web-Based Learning Models as A Learning Medium for Students of Audio Video Electronics Competencies. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 6(1), 100–109. <https://doi.org/10.17977/um039v6i12021p100>
- Huda, E. Z., Istiyanto, B., & Triatmono, A. (2025). Pendampingan Pembuatan Brand Identity Berbasis Canva Meningkatkan Kreativitas Kewirausahaan Siswa SMK Muhammadiyah 4 Sragen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIE Surakarta*, 4(2), 139–147. <https://doi.org/10.56456/dimaseta.v4i2.176>
- Kardo, B. R., Sera, Y. Y. A. B., Demu, S. M. I. D. P., & Lakapu, M. (2025). Pengembangan Awal Video Pembelajaran Interaktif Berbasis Powtoon: Tahap Define dan Design Pada Materi Aritmatika Sosial. *Elips: Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.47650/elips.v6i2.2050>
- Khlaif, Z. N., Salha, S., & Kouraichi, B. (2023). The effectiveness of video-based learning in improving student engagement and learning outcomes. *Education and Information Technologies*, 28(4), 4231–4248.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kurniawan, I., Maulana, M. R., Karyoto, K., & Wijanarko, R. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship di SMK Muhammadiyah Bligo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(4), 1179–1188. <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i4.5841>
- Muhammad, N., Andayani, S. W., & Setyaningsih, R. (2025). The Development of Video Tutorial-Based Learning Media on Leaf Wrapping in Food at Vocational High School. *Journal of Culinary Technology and Education (JCTE)*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/jcte.v2i1.895>
- Mulyaningsih, S., Wahyuningsih, I., & Riadi, I. (2024). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Siswa SMK Kesehatan Bantul melalui Pelatihan Pembuatan Permen Jelly dan Digital Marketing. *Abdimas Dewantara*, 7(1), 42–50.
- Nurfauzi, E., Ahyar, & Wahyudin. (2025). Pengembangan Video Pembelajaran Kewirausahaan Kuliner untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 486–494. <https://doi.org/10.51454/decode.v5i2.1151>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137.
- Rautela, V. (2024). Enhanced Learning Outcomes with Audio in E-learning: An Analysis. *International Journal of Advanced Corporate Learning (IJAC)*, 17(4), 69–79. <https://doi.org/10.3991/ijac.v17i4.48547>
- Rohmawati, E. (2018). *P3 AWAL BB 1*.
- Sarwinah, Hengki, Marini, & Marini, Y. (2024). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing dan Marketplace Bagi Peserta Didik SMK Negeri 5 Pangkalpinang Melalui Pelatihan Terpadu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(11), 1–23.
- Trisasetianto, A. C., & Ali, H. (2025). The Effectiveness of Virtual Learning Environments in Developing Digital Marketing Skills. *Siber International Journal of Education Technology (SIJET)*, 2(3), 72–80. <https://doi.org/10.38035/sijet.v2i3.163>