ISSN : 2615-2657

LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

2018

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 03 November 2018

PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 03 November 2018

Penerbit :
Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Pengabdian Masyarakat
Telp. (0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 03 November 2018

Editor : **Mochammad Yusa, M.Kom**
Bety Wulan Sari, M.Kom

Kulit Muka : **Nirmalasari**

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Pengabdian Masyarakat
Telp. (0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

Cetakan I, November 2018

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Reviewer :

Dr. Kusrini, M.Kom.
Eny Nurnilawati, S.E., M.M.
Heri Sismoro, M.Kom.
Anggit Dwi Hartanto, M.Kom.
Mei P. Kurniawan, M.Kom.
Windha Mega Pradnya Dhuhita, M.Kom
Mardhiya Hayaty, S.T., M.Kom.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar **v**
Daftar Isi **vii**

1. **Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar dan Games Interaktif Pada Guru TK Wijaya Danu Kabupaten Sleman** **1**
   Acihmah Sidauruk

2. **Penyuluhan *Sustainable Development Goals* Melalui Penerapan Pesan Anti Perundungan** **7**
   Aditya Maulana Hasymi

3. **Penggunaan Game Edukatif Untuk Pendidikan Mitigasi Bencana Gempabumi di SD Islam Terpadu Bina Anak Islam Krapyak Panggungharjo Sewon Bantul** **13**
   Afrinia Lisditya Permatasari dan Rizky

4. **Perancangan Bel Sekolah Otomatis Menggunakan Arduino Pro Mini** **19**
   Agit Amrullah

5. **Pelatihan *Basic Editing* Video Untuk Guru SDN 1 Tegalyoso Klaten** **25**
   Agus Purwanto

6. **Pelatihan Manajemen Jaringan Usaha Unit Program Kesejahteraan Keluarga (PKK) RT 04 RW 12 Desa Karangasem Condong Catur, Kabupaten Sleman** **31**
   Agustina Rahmawati

7. **Pelatihan Perencanaan Keuangan dan Pengenalan Alternatif Investasi Bagi Rumah Tangga di Padukuhan Goser** **37**
   Alfriadi Dwi Atmoko

8. **Penggunaan Bahasa Tekstual Dan Visual Dalam Peningkatan Usaha Pemasaran Berbasis Online Pada Kerajinan *Decoupage Style Jo-Craft*** **43**
   Ali Mustopa dan Erfina Nurussa'adah

9. **Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Rencana Penataan Kawasan Prioritas Desa Wisata Rejosari Desa Jogotirto Kecamatan Brebah Kabupaten Sleman** **49**
   Ani Hastuti Arthasari

10. **Pengembangan Strategi *E-Marketing* Umkm Klaten Utara** **55**
    Anik Sri Widawati dan Ikmah

11. **Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Dana Desa Bagi Perangkat Desa Sumberrahayu Moyudan Sleman** **61**
    Anindita Karunia Kusumaningsih

12. **Pemberdayaan Perempuan Melalui Manajemen Retail dan Konsinyasi Untuk Pengembangan Usaha** **67**
Ardiyati

13. **Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sedekah Sampah Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian di Kawasan Kumuh Kecamatan Magelang Selatan, Kota Magelang** **73**
Atika Fatimah dan Citra Desy Aisyah Alkis

14. **Pendampingan Penyusunan Rencana Kawasan *Transit Oriented Development* (TOD) Patukan, Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping** **79**
Bagus Ramadhan dan Jurni Hayati

15. **Pelatihan Jaringan Komputer Menggunakan Program Simulasi *Cisco Packet Tracer* (Studi Kasus : SMKN 2 Yogyakarta)** **85**
Banu Santoso

16. **Pengembangan Aplikasi Android Sebagai Media Informasi dan Komunikasi Jamaah Pondok Pesantren "Ahlul Muqorrobin" Desa Pleset Kecamatan Pangkur Kabupaten Ngawi** **91**
Bayu Setiaji

17. **Peningkatan *Capacity Building* Pemuda Karang Taruna Bakti Mandiri Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat** **97**
Dwi Pela Agustina dan Renindya Azizza Kartikakirana

18. **Komunikasi Anak Berkebutuhan Khusus Melalui Terapi Vokasional: Kreasi Membuat Kerajinan Tangan Dari Barang Bekas** **103**
Erfina Nurussa'adah dan Ali Mustopa

19. **Pengembangan Wirausaha Bagi Masyarakat Tani Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Usaha Industri Rumahan Olahan Makanan di Kampung Sawahan, Srihardono, Pundong, Bantul, Yogyakarta** **109**
Fahrul Imam Santoso

20. **Edukasi Pemanfaatan Sistem Informasi Desa (SID) Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Padukuhan Grogol Desa Grogol Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunungkidul** **115**
Ferri Wicaksono dan Haryoko

21. **Pembuatan Jaringan Internet di Masjid Al-Ikhlas Citra Ringin Mas** **121**
Ferry Wahyu Wibowo

22. **Pengembangan Pengetahuan Tentang Pemilihan Investasi dan Peluang Usaha Untuk Menghadapi Masa Pensiun Bagi Kelompok PKK RT 44 Tuntungan** **127**
Fitri Juniwati Ayuningtyas

23. **Peningkatan Kapasitas Ekonomi Masyarakat dalam Rangka Penanggulangan Kemiskinan di Kelurahan Pringgokusuman** 133
Fitria Nucifera

24. **Workshop Tanggap Bencana Dalam Rangka Persiapan Sekolah Siaga Bencana di SMP Negeri 1 Bantul** 139
Gardyas Bidari Adninda dan Nurbayti

25. **Pengembangan Sumber Daya Manusia Kelompok Tani Ternak Sapi Manunggal Dukuh Kauman, Selomartani, Sleman** 145
Hanantyo Sri Nugroho

26. **Pelatihan Aplikasi Microsoft Office dan Desain Grafis di KB Minhajul Karoomah** 151
Haryoko dan Ferri Wicaksono

27. **Perancangan dan Implementasi *Website* Sebagai Media Promosi Pada Peternakan Ikan Lele Sumber Barokah** 157
Hendra Kurniawan

28. **Analisis Spasial Potensi Kewilayahan Untuk Pengembangan Usaha *Einhomestuf* di Sleman Yogyakarta** 163
Ika Afianita Suherningtyas

29. **Penerapan *E-Commerce* Untuk Pemasaran Pada Usaha *Handycraft*** 169
Ikmah dan Anik Sri Widawati

30. **Membangun *Website* Sebagai Penunjang Promosi Bimbingan Belajar "Persona Cendekia"** 175
Irma Rofni Wulandari

31. **Diversifikasi Produk dan Pemasaran Inovatif pada Paguyuban Pengrajin Sangkar Burung "Karya Mandiri"** 181
Ismadiyanti Purwaning Astuti

32. **Pelatihan Teknologi Finansial dalam Menyongsong Era Ekonomi Digital** 187
Jurni Hayati dan Bagus Ramadhan

33. **Pemberdayaan Perempuan Marjinal Melalui Program Kewirausahaan Berbasis Bisnis Online di Balai Perlindungan dan Rehabilitasi Sosial Wanita Yogyakarta** 193
Laksmindra Saptyawati dan Muhammad Fairul Filza

34. **Sistem Informasi Sebagai Penunjang Media Promosi pada Kelompok Usaha Tani "Sari Mina"** 199
Lilis Dwi Farida

35. **Pelatihan Teknologi Informasi untuk Mengoptimalkan Penyuluhan dan Sosialisasi Kader Saka Bakti Husada Yogyakarta** 205
Moch. Farid Fauzi

36. ***Workshop*** **Liburan Kreatif Sebagai Media Pengembangan Bakat Anak Bidang Ekonomi Kreatif di Desa Drono Kabupaten Klaten** **211**
Nimah Mahnunah dan Theopilus Bayu Sasongko

37. **Komunikasi Kelompok, Edukasi, dan Kreatifitas Siswa dalam Dinamika** ***Outbond*** **217**
Nurbayti dan Gardyas Bidari Adninda

38. **Perencanaan Ruang Terbuka Hijau Desa Wisata Brajan Desa Sendangagung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman** **223**
Nurizka Fidali dan Amir Fatah Sofyan

39. **Pelatihan Pembuatan Web** ***E-Commerce*** **Dengan CMS (*Content Management System*) Prestashop di SMA Negeri 1 Pakem** **229**
Oki Arifin

40. **Sosialisasi Penataan Kawasan Embung Mantras Sorowajan, Banguntapan, Bantul Yogyakarta Berbasis Masyarakat Melalui Visualisasi Desain Arsitektur** **235**
Prasetyo Febriarto

41. **Pengembangan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal untuk Pemberdayaan Masyarakat di Dusun Banaran, Sumberagung, Jetis, Bantul** **241**
Renindya Azizza Kartikakirana dan Dwi Pela Agustina

42. **Sekolah Demokrasi** **247**
Rezki Satris

43. **Redesain Interior Rumah untuk Meningkatkan Kemandirian Paraplegia** **253**
Rhisa Aidilla Suprapto

44. ***Participatory Mapping*** **Sebagai Sarana Pendidikan Kebencanaan Untuk Peningkatan Kapasitas Elemen Sekolah dalam Upaya Pengurangan Risiko Bencana di SMK Negeri 1 Bantul** **259**
Rivi Neritarani dan Stara Asrita

45. **Teknologi Informasi Sebagai Media Wirausaha Pada Karang Taruna Sedyo Manunggal Kecamatan Berbah** **265**
Rizqi Sukma Kharisma

46. **Pelatihan Penggunaan** ***Software*** **AutoCAD dan Sketchup bagi Siswa-Siswi SMK dengan Jurusan Teknik Bangunan atau Sejenisnya di Kota Surakarta** **271**
RR. Sophia Ratna Haryati

47. **Peningkatan Minat Belajar dan Prestasi Siswa TKJ Lewat Pelatihan Pemrograman C# Fundamental (Studi Kasus : SMKN 2 Yogyakarta)** **277**
Ryan Putranda Kristianto

48. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembuatan Website Pemasaran dan Penyusunan Informasi Geospasial Potensi Wilayah di Dusun Kertodadi Pakembinangun **283**
Sadewa Purba Sejati dan Firman Asharudin

49. Pengelolaan Sampah di Kawasan Sungai Bengawan Solo **289**
Seftina Kuswardini dan Rhisa Aidilla Suprapto

50. Pengembangan Desa Wisata dengan Perencanaan dan Perancangan Gedung Serbaguna pada Desa Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta **295**
Septi Kurniawati Nurhadi

51. Pelatihan Penggunaan *Microsoft Office* di Desa Umbulharjo Kecamatan Cangkringan **301**
Sharazita Dyah Anggita

52. Pelatihan *Public Speaking* di SMK N 1 Bantul **307**
Stara Asrita dan Rivi Neritarani

53. Pelatihan Penerapan Aplikasi Office Kepada Guru dan Karyawan SDN Ngringin Condongcatur Yogyakarta **313**
Sumarni Adi

54. Penanaman dan Pengembangan *Entrepreneurship* bagi Guru Taman Kanak-Kanak dan Kelompok Bermain **319**
Tanti Prita Hapsari

55. Pelatihan *Electronic Learning* Bagi Guru Sekolah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Sleman, Yogyakarta **325**
Theopilus Bayu Sasongko dan Ni'mah Mahnunah

56. Sosialisasi Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Berbasis Masyarakat di RW 02 Kelurahan Bener Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta **331**
Vidyana Arsanti

57. Media Informasi Pembelajaran Mitigasi Bencana Kebakaran untuk Usia Sekolah Dasar **337**
Widiyana Riasasi dan Rivga Agusta

58. Budidaya Sayuran Organik oleh Ibu Rumah Tangga untuk Efisiensi Belanja Rumah Tangga di Dusun Dayu Sinduharjo Sleman **343**
Widiyanti Kurnianingsih

59. Penerapan Multimedia Pembelajaran Pada PAUD Puspasari **349**
Windha Mega Pradnya Dhuhita

60. Sistem Informasi untuk Promosi dan Pendaftaran Online Pada Sanggar Kirana Mentari **355**
Yuli Astuti

61. **Pelatihan Pembentukan Usaha Bersama (Firma) di KUD Tani Makmur Bantul Yogyakarta** 361
Irton

62. **Pemanfaatan Teknologi *Augmented Reality* Sebagai Motivasi Belajar Untuk Anak-Anak Usia Dini** 367
Mulia Sulistiyono

63. **Urgensi Peningkatan Kualitas Perumahan dan Permukiman Kumuh Perkotaan** 373
Citra Desy Aisyah Alkis

64. **Perancangan Media Promosi Pentoel Petir Magelang** 379
Agung Nugroho

65. **Pelatihan Manajemen Konten Website Lapak75 di Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta** 385
Bhanu Sri Nugraha

66. **Peningkatan Profesionalitas Guru dalam Menghasilkan Karya Pengembangan Profesi Guru Melalui Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah Bagi Guru SMK N 2 Yogyakarta** 391
I Made Artha Agastya

ISSN : 2615-2657

PENGGUNAAN BAHASA TEKSTUAL DAN VISUAL DALAM PENINGKATAN USAHA PEMASARAN BERBASIS *ONLINE* PADA KERAJINAN *DECOUPAGE STYLE* JO-CRAFT

Ali Mustopa[1)]**, Erfina Nurussa`adah** [2)]

[1)] Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
[2)] Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : ali.m@amikom.ac.id[1)], erfina@amikom.ac.id [2)]

Abstrak

Jo-Craft adalah industri Usaha kecil yang menaungi ibu-ibu rumah tangga. JoCraft memproduksi benda-benda fashion dari bahan alami dikombinasikan dengan desain seni yang menarik. Dalam sebulan telah menjual lebih dari 100 produk denvan pemasaran secara langsung, menggunakan jejanring dan penggunaan media sosial. Penjualan tersebut didominasi dari pemasaran online media sosial. Penjualan berbasis online masih dikelola oleh satu orang saja. Anggota lain masih tidak berani untuk memposting barang kreasinya untuk dipasarkan di media sosial anggota Jo-Craft sendiri. Anggota masih merasa tidak mampu untuk membuat tulisan yang menjual dan foto yang kreasi dibuat oleh anggota dirasa kurang "menjual". Jo-Craft sedikit memanfaatkan media online. JoCraft belum memaksimalkan media online untuk melayani pelanggan dan memanfaatkan content visual yang menarik. Jo-Craft ingin berkembang menjadi industri yang mampu menguasai penjualan baik langsung maupun dengan pemanfaatan teknologi berbasis online. Oleh karena itu jo-Craft ingin meningkatkan kapasitasnya di bagian pemasaran terutama, meningkatkan kualitas informasi dan komunikasi dengan pelanggan dari pemanfaatan bahasa tekstual dan visual dalam menjual. Dalam Pengabdian ini dilakukan dengan metode partisipatory dengan kegiatan meningkatkan kemampuan berkomunikasi tekstual dan visual untuk memasarkan hasil produk di media sosial anggota. Dengan hasilnya mendapatkan 100% anggota telah memiliki media sosial dan dan 50% di antarannya telah menjadi marketing JoCraft.

Kata kunci: *Bahasa Tekstua dan Visual, Pemasaran, JoCraft*

1. PENDAHULUAN

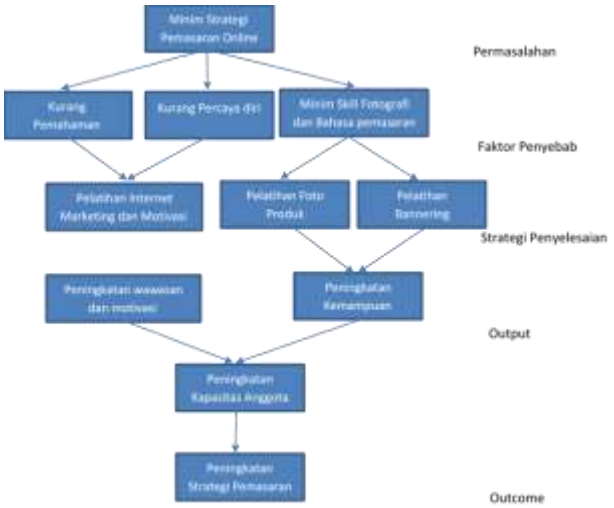
Dalam melaksanakan pengembangan pemasaran dan penjualan *online* bagi UMKM masih ditemukan pemanfaatan yang kurang maksimal. Pemanfaatan website hanya sebatas membuat halaman web yang tidak terupdate dalam kurun waktu lama. Pemanfaatan media sosial melakukan posting produk ala kadarnya yang kurang unsur menjual. Penggunaan media chating yang tidak semestinya dan pemilihan diksi kata yang sering kurang tepat[1]. Jo-Craft adalah industri Usaha kecil yang menaungi ibu-ibu rumah tangga. JoCraft memproduksi benda-benda *fashion* dari bahan alami dikombinasikan dengan desain seni yang menarik. Kombinasi bahan alami dan desain seni yang sering disebut dengan *Decoupage* [2], ini menjadi unggulan Jo-Craft. Dalam sebulan telah menjual lebih dari 100 produk den**g**an pemasaran secara langsung, menggunakan jejaring dan penggunaan media sosial. Penjualan tersebut didominasi dari pemasaran *online* media sosial. Namun seiring perubahan bulan, penjualan mulai menurun. Penjualan berbasis *online* masih dikelola oleh satu orang saja. Anggota lain masih tidak berani untuk memposting barang kreasinya untuk dipasarkan di media sosial anggota Jo-Craft sendiri. Anggota masih merasa tidak mampu untuk membuat tulisan yang menjual dan foto yang kreasi dibuat oleh anggota dirasa kurang "menjual". Jo-Craft sedikit memanfaatkan media *online*. JoCraft belum memaksimalkan memanfaatkan media *online* untuk melayani pelanggan dan memanfaatkan *content* visual yang menarik pelanggan. Jo-Craft berkeinginan untuk terus menjadi industri yang maju, dan penjualan meningkat. Jo-Craft ingin berkembang menjadi industri yang mampu menguasai penjualan baik langsung maupun dengan pemanfaatan teknologi berbasis *online*. Oleh karena itu jo-Craft ingin meningkatkan kapasitasnya di

ISSN : 2615-2657

bagian pemasaran dan penjualan *online* terutama, meningkatkan kualitas informasi dan komunikasi dengan pelanggan dari pemanfaatan komunikasi tekstual dan juga visual dalam menjual di media *online*. Berdasarkan analisis situasi yang dikemukakan di atas, maka dapat diambil beberapa permasalahan yaitu :

1) Jo-Craft belum memaksimalkan pemanfaatan media *online* sebagai media pemasaran dan penjualan.
2) Anggota Jo-Craft belum percaya diri sebagai agen penjualan dan pemasaran.
3) Jo-Craft masih belum mampu membuat bahasa penjualan dalam versi teks dan visual.

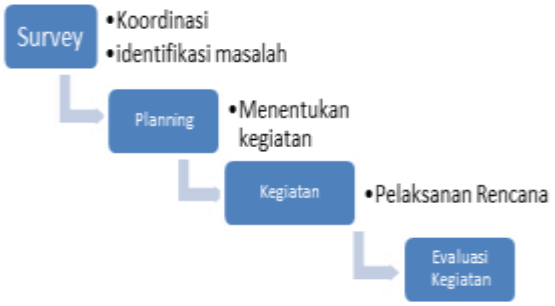
Secara jelas dapat dijabarkan dalam gambar 1, mengenai gambaran keadaan di lingkungan UMKM Jo-Craft yang akan menjadi mitra PKM.



Gambar 1. Gambaran keadaan di lingkungan UMKM Jo-Craft

2. METODE PELAKSANAAN

Metode partisipatory yang dilakukan pada pelaksanaan PKM adalah kegiatan belajar mempraktekkan/workshop. Adapun metode tahapan kegiatan pelatihan sebagai berikut :



Gambar 2. Tahapan Kegiatan PKM

1) Tim abdimas melakukan survey dan berkoordinasi dengan pengurus industri UMKM Jo-Craft mendiskusikan masalah yang dihadapi terkait tata kelola Jo-Craft dan pemasarannya. Pada tahapan ini diperoleh keterangan bahwa perlu adanya peningkatan kualitas pemasaran yang lebih baik.
2) Tim abdimas melakukan koordinasi guna menentukan jenis kegiatan, isi materi yang diperlukan, dan narasumber yang berkompeten.
3) Tim abdimas melakukan kegiatan di tempat usaha Jo-Craft dan melakukan pembelajaran dengan susunan acara : pembukaan, pemaparan yang diisi oleh narasumber, diskusi dan praktek dengan seluruh anggota.
4) Tim abdimas membuat evaluasi

Metode pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dengan 4 tahap sebagai berikut :

1) Memberikan bahan sosialisasi kepada peserta sosialisasi.
2) Memberikan pemaparan yang diberikan oleh narasumber telemarketing dan narasumber fotografi dan media.
3) Memberikan materi praktek fotografi dan bannering
4) Memberikan materi studi kasus untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi pelatihan.

Kegiatan pembelajaran dan pelatihan ini akan dilaksanakan antara tanggal 4 Agustus 2018 dan 11 Agustus 2018. Kegiatan ini akan menjalin kerjasama dengan industri UMKM Jo-Craft, yang bertempat di Jogotirto, Berbah, Sleman. Tim abdimas akan melakukan kegiatan ini dalam dua kali kegiatan dengan materi Telemarketing isi materi mengenai pemanfaatan media online sebagai alat pemasaran untuk kegiatan pertama. Sedangkan kegiatan kedua akan diberikan materi fotografi dan media untuk memberikan isi materi mengenai kata dan mata menguatkan makna. Kegiatan ini akan diberikan kepada seluruh anggota Jo-Craft dengan peserta 20 orang pada setiap kegiatan.

Dalam kegiatan ini menggunakan beberapa perlengkapan sederhana untuk memperlancar pelatihan. Adapun perlengkapan perangkat keras yang digunakan antara lain:

1) Laptop
   digunakan untuk presentasi dan pemaparan materi serta simulasi penggunaan media *online*.
2) Proyektor
   digunakan untuk menampilkan presentasi ke peserta kegiatan.

ISSN : 2615-2657

3) Smartphone
   digunakan untuk praktek kemampuan berkomunikasi visual dan tekstual.
4) Kamera
   digunakan untuk praktek foto display produk.
5) Hiasan dan perlengkapan lain
   digunakan untuk mempercantik obyek foto.

Untuk perlengkapan yang digunakan antara lain adalah :

1) Photogrid:
   digunakan untuk membuat komposisi gambar display lebih menarik.
2) Regrann
   digunakan untuk memposting ulang dari yang sudah ada.
3) Browser
   digunakan untuk berselancar dan mempraktekkan seluruh kegiatan pelatihan.

Adapun kegiatan dalam pelatihan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Susunan Acara Pelatihan Pertama

Waktu	Kegiatan	Pengisi Kegiatan
08.00 – 08.10	Pembukaan	Tim abdimas
08.10 – 08.15	Sambutan dari Ketua Pengabdian kepada Peserta Pelatihan	Ali Mustopa., S.Kom, M.Kom.
08.15 – 08.30	Sambutan dari Pihak Jo-Craft	Ketua Jo-Craft: Ibu Tusmiyati
08.30 – 10.00	Pemaparan Pemanfaatan Media Online sebagai Alat Pemasaran	Narasumber Telemarketer
10.00 - 11.00	Praktek Penggunaan Media Online pemasaran produk	Tim abdimas dan Narasumber
11.00 - 11.30	Studi Kasus	Tim Abdimas
11.30 – 12.00	Penutupan	

Untuk acara pelatihan kedua dapat dilihat dalam tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Susunan Acara Pelatihan Kedua

Waktu	Kegiatan	Pengisi Kegiatan
08.00 – 08.10	Pembukaan	Tim Abdimas
08.10 – 10.00	Pemaparan kata dan mata menguatkan makna (Fotografi dan Bannering)	Narasumber Fotografi dan Media
10.00 - 11.00	Praktek Foto produk dan Bannering	Tim abdimas dan Narasumber
11.00 - 11.30	Studi Kasus	Tim abdimas
11.30 – 12.00	Penutupan	

Terdapat tahapan evaluasi dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM untuk mengetahui tingkat penyerapan manfaat dari kegiatan pelatihan dan pendampingan di UMKM Jo-Craft. Tahapan evaluasi ini dilakukan dengan membagikan quisioner kepada anggota Jo-Craft.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jo-Craft beranggotakan 20 ibu rumah tangga yang memiliki kesadaran untuk meningkatkan taraf hidup serta memanfaatkan waktu luang demi kegiatan yang lebih bermakna. Dari 20 anggota Jo-Craft sejumlah 18 orang atau setara dengan 90% yang mengetahui tentang media social. Dan dari jumlah tersebut seluruhnya mengetahui penggunaan media social untuk media pemasaran, namun 16 orang atau setara dengan 80% yang menggunakan media social. Dan bahkan hanya 2 orang atau 10% saja yang mengunakan media sosial sebagai media pemasaran. Berdasarkan fakta di atas membuktikan bahwa Jo-Craft dalam pemasarannya tergantung pada segelintir anggota yang paham dalam penggunaan media social sebagai media pemasaran. Ini menyebabkan proses penjualan semakin lama semakin menurun.

Adapun alasan anggota Jo-Craft tidak menggunakan media social sebagai sarana pemasaran di antarannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Alasan tidak menggunakan media sosial sebagai media pemasaran

Alasan	Jumlah	Prosentase
Tidak Bisa/tidak tahu cara pemasaran di media sosial	9	45%
Tidak Ingin dicap Sales (pandangan negatif)	6	30%
Media Sosial hanya untuk Komunikasi dan cari teman	3	15%
Tidak punya media sosial	2	10%

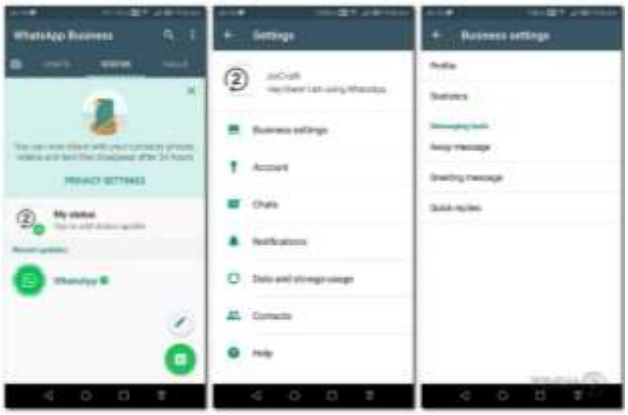
Guna meningkatkan kemampuan anggota dalam penguasaan media social sebagai media pemasaran

ISSN : 2615-2657

maka dilakukanlah kegiatan pelatihan dengan judul Pelatihan E-marketing untuk Peningkatan Usaha Kerajinan Decoupage UMKM Jo-Craft.

Gambar 3. Agenda kegiatan Pelatihan pertama

Dalam kegiatan ini diberikan materi tentang penggunaan media social seperti: Whatsapp, Facebook, Instagram.
Pengguanan Whatsapp dalam proses pemasaran dimaksukan untuk berkomunikasi kepada pelanggan dan juga memberikan informasi produk dan promo secara personal. Setiap anggota diminta untuk mengunduh dan menginstall Whatsapp, serta melakukan seting profile. Dengan adanya feature Whatsapp Business, setiap anggota melakukan pengaturan Business seting yang dapat digunakan sebagai pengelolaan komunikasi pelanggan.

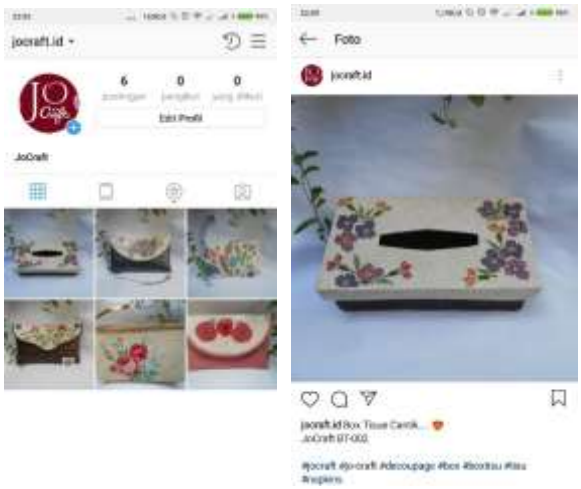


Gambar 4. Business Setting Whatsapp

Penggunaan Facebook dalam pemasaran dalam pelatihan ini digunakan sebagai jejaring dan juga pembentuk komunitas dan atau pengguna komunitas sebagai tempat potensial pembeli untuk produk Jo-Craft. Anggota diminta untuk mengaktifkan account facebook dan melakukan pencarian teman serta mengikuti beberapa group. Diharapkan dengan mengikuti group tersebut mampu melihat pasar dan segmentasi pembeli sehingga mampu menjadi segmentasi pasar Jo-Craft.
Dalam kasus penggunaan group facebook, pelatihan ini menggunakan group jual-beli Suara Piyungan, digunakan untuk mencari kata kunci dan juga bahasa marketing yang ampuh untuk menjual produk.

Gambar 5. Penggunaan Bahasa di Media Sosial

Pada Instagram, pemanfaatannya digunakan untuk melakukan pemajangan produk yang menarik, dan juga penggunaan tag untuk mempercepat proses pencarian dan muncul dalam beranda user.



Gambar 5. Display dan Taging di Media Sosial

Hasil akhir dalam kegiatan pelatihan ini dilakukan evaluasi terkait kemampuan dan juga prospek penggunaan media social di waktu mendatang. Hasil dari evaluasi tersebut tergambar pada table 4 berikut ini :

Tabel 4. Evaluasi Kegiatan

Kepemahaman	**Paham**	**Cukup Paham**	**Kurang Paham**
Whatsapp	17	2	1
Facebook	20	0	0
Instagram	10	5	5

ISSN : 2615-2657

Penggunaan	**Dilanjutkan**	**Belum memutuskan**	**Tidak dilanjutkan**
Whatsapp	17	3	0
Facebook	20	0	0
Instagram	17	2	1

Berdasarkan evaluasi di atas menunjukan bahwa secara kepemahaman dan juga tindak lanjut penggunaan media social kedepannya bernilai baik. Akan tetapi terdapat permasalah yang muncul adalah hampir semua anggota belum bisa menbuat tulisan dan foto produk dengan standar yang sama. Anggota kesulitan untuk mencari bahan foto yang tepat dan cara memfoto produk yang benar.

Pada tahap kedua mengacu pada rencana PKM dan dari hasil evaluasi tahap pertama terwujudlah kegiatan pelatihan dan identifikasi pengembangan UMKM Jo-Craft, dengan memperkuat bidang pemasaran terutama di bagian pembuatan bahasa visual. Penggunaan bahasa visual ini adalah menggunakan foto untuk menjual dan memberi kesan produk lebih menarik.

Pada pelatihan ini anggota diharap memiliki kemampuan untuk membuat foto produk yang jelas, menarik dan mampu menjual produk Jo-Craft. Anggota diajarkan untuk menentukan cara mengambil gambar yang tepat, penentuan pencahayaan, dan sudut penembakan kamera. Bahkan pada beberapa kesempatan anggota mencoba untuk mencari solusi baru terkait membuat foto produk.

Tahapan dalam melakukan foto produk pada pelatihan ini dilakukan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1) Menentukan Konsep :
   Konsep diperlukan untuk menentukan gaya produk dan tema produk sehingga dapat disesuaikan dengan momentum yang ada.
2) Mencari peralatan
   Peralatan dalam mengambil foto perlu dipersiapkan. Seperti: Kamera, Smartphone, Tripot, Meja dan lain sebagainya.
3) Menambahkan ornament
   Untuk mendapatkan nilai tambah dari sebuah foto produk, dipengaruhi oleh ornament. Detail dan bentuk akan mempercantik foto produk.
4) seting waktu/pencahayaan
   Diperlukan waktu yang tepat untuk melakukan pengambilan, sering disebut sebagai *golden time*. Penentuan waktu berpengaruh pada cahaya. Pada waktu tertentu maka cahaya yang diterima rendah, sehingga ketika melakukan pengambilan gambar gelap.
5) pengambilan jumlah foto
   Pengambilan foto sebaiknya tidak dilakukan sekali, karena dapat dimungkinkan hasil tidak baik. Mengambilan foto minimal 3x untuk memastikan salah satu dari foto tersebut ada yang lebih baik.
6) Melakukan Editing
   Proses ini untuk memperbaiki dan menambah ketegasan dan informasi yang akan dibutuhkan.
7) *Publish*

Hasil Pelatihan ini dapat dilhat dari gambar 6 berikut ini

Gambar 5. Foto produk dengan artis

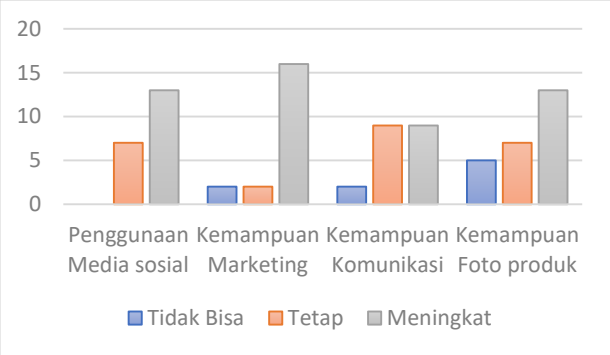
Gambar 6. Foto produk dengan ornament/hiasan

Kegiatan PKM ini diakhiri dengan melakukan evaluasi menyeluruh terkait kegiatan pelatihan, pendampingan hingga pengaruh kegiatan PKM terhadap UMKM Jo-Craft. Evaluasi dilakukan dengan menghimpun data penggunaan media social dengan melakukan survey dan juga melakukan pendataan jumlah transaksi dari semua anggota yang menggunakan media social. Dan didapatkan hasil sebagai berikut :

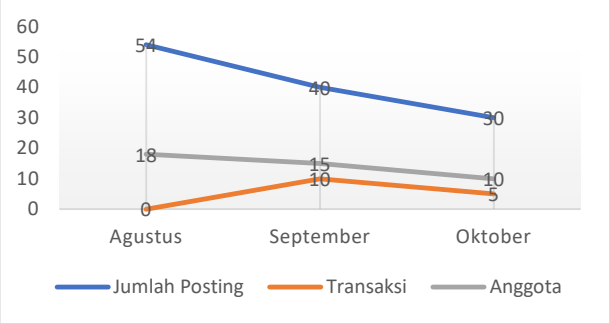
Peningkatan kapasitas anggota dari UMKM Jo-Craft terjadi peningkatan yang cukup baik. Pengguna media social sudah semua memiliki dan telah mampu menggunakan. Kemampuan marketing anggota juga meningkat signifikan. Peningkatan ini

ISSN : 2615-2657

dikarenakan motivasi anggota tentang menjual meningkat. Kemampuan komunikasi terlihat seimbang antara kemampuan tetap atau tidak berubah, dengan anggota yang kemampuan meningkat. Ditemukan beberapa kondisi dimana peserta telah memiliki kemampuan komunikasi hanya saja belum digunakan untuk marketing. Serta sejumlah anggota juga sudah melakukan marketing aktif walaupun bukan untuk UMKM Jo-Craft. Kemampuan fotografi ada jumlah anggota yang tidak mampu mengikuti karena faktor usia dan kamera yang dimiliki. Penjabaran diatas digambarkan pada grafik gambar 7.



Gambar 7. Peningkatan kapasitas Anggota



Gambar 8. Grafik Jumlah Posting, Transaksi, dan anggota yang melakukan posting

Berdasarkan gambar 7, dapat dijelaskan bahwa pengguna media social pada bulan agustus tertinggi dan juga jumlah posting tertinggi disebabkan pada bulan agustus merupakan periode pelatihan sehingga jumlah postingan dipastikan tinggi. Jumlah transaksi pada bulan agustus masih 0 disebabkan karena belum banyaknya pengguna media social yang tahu dan belum muncul pada index media social misalnya facebook dan Instagram.
Pada bulan September terjadi peningkatan jumlah transaksi yang signifikan senilai 10 transaksi dengan jumlah nominal Rp. 1.870.000 dengan pendapatan terbesar adalah pelatihan dan produk eksklusif. Bulan oktober merupakan bulan penurunan disebabkan jumlah pengguna media social dari anggota menurun. Berdasarkan hasil penelusuran penurunan anggota disebabkan belum mampu membiayai paket data yang cukup besar. Disamping itu pula beberapa anggota memiliki kesibukan lain sehingga tidak dapat melakukan pemasaran, kemudian diputuskan untuk memilih marketing utama sejumlah 5 orang walaupun anggota yang lain dapat melakukan pemasaran seperti biasa.

4. PENUTUP

Kegiatan PKM ini telah pada akhir pembahasan dan mendapatkan beberapa kesimpulan yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM Jo-Craft. Berikut kesimpulan yang dapat dihasilkan:

1) Pengaruh kemampuan komunikasi dan visualisasi dan media social mampu meningkatkan jumlah transaksi, ditambah dengan motivasi dan sikap anggota yang baik akan menciptakan system marketing yang lebih baik.
2) Penghambat peningkatan kapasitas anggota adalah faktor usia, kesibukan dan perangkat yang dimiliki.

Saran yang dapat diberikan untuk peningkatan kapasitas seluruh anggota UMKM Jo-Craft serta kegiatan pengabdian kedepannya adalah sebagai berikut :

1) Pemimpin dan setiap anggota harus saling menguatkan diri dan memotivasi diri untuk selalu maju dan berkembang
2) Pemimpin harus mengadakan kegiatan bersama untuk selalu menjalin komunikasi dan evaluasi untuk mengembangkan usaha UMKM Jo-Craf agar lebih maju
3) Dalam pelatihan berjalan baik perlu koordinasi dan identifikasi masalah yang jelas terutama kondisi peserta PKM sehingga dapat memberikan sumbangsih yang tepat.

Daftar Pustaka

[1] Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Penerbit Andi. Yogyakarta
[2] Hardiana,I. (2016). *Decoupage Yuks, Step by Step: 55 kreasi Decoupage dalam Berbagai Media*. Jakarta: Gramedia.

Ucapan Terimakasih

Segala penghargaan dan terimakasih, penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang membantu terlaksananya kegiatan ini, di antaranya:

1. Prof. M Suyanto, M.M, selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Heri Sismoro, M.Kom dan jajarannnya di Direktorat Pengabdiam Masyarakat Univeristas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Tusniati, selaku ketua Jo-Craft dan juga para ibu-ibu anggota Jo-Craft yang telah bersemangat belajar bersama dalam kegiatan PKM ini.