



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2022

PROSIDING

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 27 November 2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 27 November 2021

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : **Mulia Sulistiyono, M.Kom**
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

Kulit Muka: **Bernadhed, M. Kom.**
Cetakan I, Januari 2022

Penerbit :

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

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



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

Dr. Andi Sunyoto, M.Kom
Emha Taufiq Luthfi, M.Kom
Sudarmawan, M.T
Hanif Al Fatta, M.Kom
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 dapat terselenggara . Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi . Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan -permasalahan masyarakat . Banyak permasalahan - permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan . Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 terdapat 105 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2021

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PEMBUATAN PERANGKAT BELAJAR SECARA ONLINE KEPADA GURU PAUD KB RUMAH ANAK PINTAR ISLAMI (RAPI) Ade Pujianto	Halaman 1-6
MEMBANGUN KECAKAPAN ABAD 21 PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA MELALUI JURNALISME DIGITAL Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	7-12
PENINGKATAN SECURITY AWARENESS PADA WILAYAH DESA TEGALSARI BERBASIS VISUAL DALAM Mendukung GUNUNGKIDUL SMART CITY Agit Amrullah	13-18
PENERAPAN DAN PEMBUATAN DESAIN PACKAGING DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK HOME INDUSTRI KUE DAN MINUMAN "ANISYA" DI KECAMATAN NGAGLIK, KABUPATEN SLEMAN Agung Nugroho	19-24
PENGEMBANGAN VIDEO PROMOSI DAN PRESENTASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUCIR GARONGAN Ahmad Sa'di, Ria Andriani	25-30
PKM PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DIDUKUNG APLIKASI MOBILE "QASIR" DALAM TOKO AR-RAUDHAH Agus Fatkhurohman	31-36
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM "CREATIVE BATIK" DALAM PENINGKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP DI MASA PANDEMI COVID-19 Ainul Yaqin , Alfriadi Dwi Atmoko, Wiji Nurastuti MT	37-42
PEMBUATAN MEDIA PROFILING KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN Ali Mustopa	43-48
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI EATDULU.ID PADA ERA PANDEMI COVID-19 Andriyan Dwi Putra	49-54
PEMANFAATAN SAMPAH DAPUR MENJADI PUPUK ORGANIK CAIR (POC) DAN PEMASARANNYA MELALUI MARKETPLACE Anna Baita, M. Kom., Fajrul Falahudin Rasyid	55-60
PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN ONLINE DENGAN GAMIFIKASI Ani Hastuti Arthasari	61-66
PEMANFAATAN E-COMMERCE DESA WISATA JIPANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 Anik Sri Widawati , Hanafi, Netci Hesvindrati	67-72
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DIGITAL KOMUNITAS SEDEKAH YOGYAKARTA Anggrismono	73-78
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PRODUK Ardiyati, Akhmad Dahlan	79-84
DIGITALISASI ADMINISTRASI SEKOLAH Arifiyanto Hadinegoro	85-90
PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK KEMBENG ROSO USAHA MIKRO BANYUMILI Arvin Claudy Frobenius	91-95

VIRTUAL TOUR VIDEO WISATA Pemandian Alami Blue Lagoon Atika Fatimah , Haryoko	96-101
Pembuatan Aplikasi Pencatatan Data Karyawan sebagai Pendukung Administrasi Yayasan Taruna Alquran Atik Nurmasani, Febri Dwi Kurniawan , Oxsal Christal Pamula	102-107
Peningkatan Keterampilan Penerapan Cyber Security bagi Guru SMK Negeri 2 Yogyakarta Banu Santoso, Afin Nur Ikhsan , Rendi Prasetyawan	108-113
Peningkatan Kemampuan Digital Marketing untuk Strategi Pemasaran Khayra Cakes Bety Wulan Sari	114-119
Pemanfaatan Sosial Media untuk Konten Promosi Jasa Enggal Jaya Las Bhanu Sri Nugraha	120-125
Sosialisasi Pemasaran Online di UMKM Ibu Sejahtera Deani Prionazvi Rhizky	126-131
Pengembangan dan Pelatihan Strategi Pemasaran di Bumdes Remboko melalui Disain Visual Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Erfanni Bimantara, Fadlurahman Hanif	132-137
Workshop Peningkatan Kemampuan Karyawan UMKM dalam Marketing Digital pada Laundry Eve Eli Pujastuti	138-143
Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Masyarakat Dusun Gebang, Panggang Gunungkidul Fahrul Imam Santoso	144-149
Peningkatan Keterampilan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Internet di Kebun Belajar Rumah Tumbuh Ferian Fauzi Abdulloh	150-155
Penerapan Model Bisnis Kanvas untuk Pengembangan Usaha Olstore Malik selama Pandemi Covid-19 Fitri Juniwati Ayuningtyas	156-161
Pembuatan dan Pengenalan Toponim Kalurahan Bener, Kemantren Tegalrejo, Kota Yogyakarta melalui Film Bergambar Fitria Nuraini Sekarsih	162-167
Pelatihan Sociopreneurship Tahap 2 dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Karang Taruna Kampung Banaran Gardyas Bidari Adninda , Aditya Maulana Hasymi	168-173
Pelatihan Daring Pembuatan Video Pembelajaran Online dan Kuis Interaktif serta Pemanfaatan Google Application pada TK Pertiwi Pandak Baturaden Banyumas Haryoko	174-179
Pelatihan Digital Marketing untuk Askomta sebagai sarana meningkatkan promosi usaha di masa pemulihan ekonomi akibat pandemi Covid-19 Hendra Kurniawan	180-185
Pemanfaatan Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Digital pada Toko Kelontong di Masa Pandemi Covid-19 Ismadiyanti Purwaning Astuti	186-191

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN KOTABARU Ika Afianita Suherningtyas, Rizky , Sola Tri Astuti , Desri Wahyuni	192-197
DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWERENESS UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA JMKM Ike Verawati	198-203
PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO MENGGUNAKAN PREMIERE UNTUK PEMUDA PEMUDI KARANG TARUNA P3L DUSUN PANGGUNGAN LOR KALURAHAN TRIHANGGO Ika Asti Astuti	204-209
PENINGKATAN KOMPETENSI GURU MELALUI PEMBUATAN GAME EDUKATIF UNTUK MENUNJANG PROSES BELAJAR MENGAJAR PESERTA DIDIK PADA BA AISIYIAH JABUNG Ika Nur Fajri	210-214
PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PADA USAHA SNACK DAN JAJANAN PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19 Ikmah , Anik Sri Widawati	215-220
MEDIA PEMBELAJARAN SOCIOFUN BERBASIS MOBILE SEBAGAI PENUNJANG PROSES PEMBELAJARAN SOSIOLOGI KELAS X DI SMAN 1 TURI Irma Rofni Wulandari , Laily Nur Hamidah , Yuli Astuti, Lilis Dwi Farida	221-226
PELATIHAN MEDIA SOSIAL BRANDING UNTUK KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN Irwan Setiawanto, Kusnawi	227-232
PELATIHAN YOUTUBE CONTENT CREATION UNTUK SARANA PUBLIKASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN Joko Dwi Santoso, Erfina Nurussa'adah	233-238
PENDAMPINGAN PENERAPAN APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI KEUANGAN AGEN DAN RESELER UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KLINIK INUSA SKINCARE PLERET BANTUL Jeki Kuswanto, Nenden Ranuma Ratri	239-244
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DUSUN GEBANG KELURAHAN WEDOMARTANI Jurni Hayati	245-250
SOSIALISASI DAN EDUKASI ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA CLUB PANJI SAKTI (CPS) SINGARAJA Kadek Kiki Astria	251-256
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UMKM DELDV Laksmindra Saptyawati	257-262
KAMPANYE POLA HIDUP SEHAT DAN SAFETY RIDE DALAM BERSEPEDA SERTA PEMBENAHAN ADMINISTRASI PADA ECOSMO JOGJA Lukman	263-268
PEMBUATAN W EBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN BEEIS MADU M. Nuraminudin , Tisih Lara Bangun Sasongko	269-274
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI RESELLER PADA HOMESWEETHOME.JOGJA BERBASIS ANDROID Melany Mustika Dewi	275-280

PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF ONLINE UNTUK Mendukung Kegiatan Belajar dari Rumah (BDR) pada Masa Pandemi COVID-19 di TK Budi Luhur 1 Majid Rahardi	281-286
IKLAN untuk Meningkatkan Penyebaran Informasi pada Startup Matrash Yogyakarta dengan Motion Grafis Mei Parwanto Kurniawan , Deden Maulana Yusuf	287-292
PENGEMBANGAN Strategi Promosi Pariwisata Desa Ledhok Blotan melalui Media Sosial Monika Pretty Aprilia	293-298
Meningkatkan Transformasi Bisnis dengan Pengelolaan Transaksi Penjualan menggunakan Aplikasi Kasir Berbasis Android Moch Farid Fauzi, Alfie Nur Rahmi	299-304
Membangun Website sebagai Penunjang Promosi Sekolah "SMK Bina Harapan Sleman" Muhammad Misbahul Munir	305-310
Pengenalan Aplikasi Google Form dalam Pembelajaran Jarak Jauh bagi Guru di SLB C Wiyata Dharma 2 Sleman Ninik Tri Hartanti	311-315
Pelatihan Teknik Dasar Fotografi Smartphone sebagai Media Menumbuhkembangkan Kreativitas bagi Pemuda pada Masa Pandemi COVID-19 di Desa Drono, Klaten Ni'mah Mahnunah, Irfan Rifani, Vanny Namiroh	316-321
Pelatihan Foto Produk untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Toko Delapan Bakery Nurfian Yudhistira	322-327
Meningkatkan Branding dan Layanan Digital pada Bumi Perkemahan Taman Tunas Wiguna Babarsari Nuri Cahyono	328-333
Penyuluhan Desa Wisata Alam sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Warga dan Kualitas Lingkungan Desa Jonggrangan Nurizka Fidali	334-339
Peningkatan Literasi Digital: Perempuan Cerdas Tangkal Berita Hoaks Novita Ika Purnamasari, Roghaya Indah Pratiwi , Razan Arvin Pradipa	340-345
Menggalakkan Kegiatan Penghijauan Aktifitas Berkebun Tanaman Hias di Masa Pandemi Prasetyo Febriarto, Rezki Satris	346-351
Strategi Branding dan Instagram Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Azka Roti Rakhma Shafrida Kurnia	352-357
Pengenalan Model Hunian Sehat Produktif di Lingkungan Perkotaan untuk Keluarga Sejahtera di Masa Pandemi COVID19 RR. Sophia Ratna Haryati	358-364
Literasi dan Inisiasi Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	365-370
Pelatihan Strategi Digital Marketing pada UKM Pukis Klaten Ria Andriani , Ahmad Sa'di	371-376

PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK DENGAN SMART PHONE DALAM RANGKA PENINGKATAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PEMASARAN PELAKU UMKM MUNDU SAREN	377-382
Riski Damastuti	
PENANDA KAWASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGUATAN IDENTITAS KAWASAN DESA WISATA SIDOWARNO	383-388
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
EDUKASI PEMASARAN ONLINE UMKM KULINER DAPUR FARIDA DI YOGYAKARTA	389-394
Rivga Agusta	
GERAKAN BIJAK BERSOSIAL MEDIA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI RT 05 KUJONSARI	395-400
Sannya Pestari Dewi, Ulul Azmiyati , Akbar Stallyno	
PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN DESA WISATA WIRUN SEBAGAI SENTRA KERAJINAN GAMELAN	401-406
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	
MENINGKATKAN PERFORMA AREA WISATA DENGAN SISTEM ZONASI DAN PENINGKATAN KAPASITAS PEDAGANG	407-412
Septi Kurniawati Nurhadi , Gardana Purnama	
LITERASI MEDIA, DAN DIGITAL BRANDING "WISATA GOA LANGSE", GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA	413-418
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
EDUKASI DAN PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA NOUNA BAKERY BANTUL	419-424
Sharazita Dyah Anggita	
PENINGKATAN KAPASITAS GURU DALAM PEMBELAJARAN DARING BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN	425-429
Sri Mulyatun	
PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN USAHA MAKANAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI SLEMAN YOGYAKARTA	430-435
Supriatin, Ani Restiyani	
PERENCANAAN USAHA YANG BERBASIS EKONOMI KREATIF BAGI KELOMPOK MILENIAL	436-441
Tanti Prita Hapsari	
PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PEMBELAJARAN BAGI PENDIDIK DI SMP NEGERI 5 WONOGIRI	442-446
Toto Indriyatmoko	
PENGENALAN IOT APLIKATIF UNTUK SANTRI PONDOK INFORMATIKA AL MADINAH	447-452
Uyock Anggoro Saputro	
GALERI OLAH SAMPAH SEBAGAI INOVASI PENGOLAHAN SAMPAH TERPADU DI KELURAHAN BENER	453-458
Vidyana Arsanti	
PEMANFAATAN INSTAGRAM ADS SEBAGAI SOLUSI STRATEGI MARKETING ONLINE UNTUK UMKM (ALEMBANA COFFEE)	459-464
Wahyu Kristian Natalia	
PENGENALAN TEKNOLOGI MONITORING KEGUGUPAN PADA LEMBAGA PELATIHAN KOMUNIKASI	465-470
Wahyu Sukestiyastama Putra	
PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) LUHUR SEMBADA DALAMMENINGKATKAN PEREKONOMIAN DANDAYASAING DI DESASIDOLUHUR, KEC.GODEAN-KAB.SLEMAN	471-476
Widiyanti Kurnianingsih	

PENGLOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS Widiyana Riasasi	477-481
APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati	482-487
STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI) Yusuf Amri Amrullah	488-493
PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IYYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid	494-499
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19 Dwi Nurani	500-505
WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH" Rumini	506-511
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi	512-517
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI Achimah Sidauruk	518-523
PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA Ahlihi Masruro	524-529
PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM Andika Agus Slameto	530-535
PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK Muhammad Tofa Nurholis	536-541
PELATIHAN PROGRAM MADRASAH DIGITAL DI PONPES SAAT PANDEMI COVID-19 Muhammad Idris Purwanto	542-547
REALISASI KONSEP FRAMING SABLON DAN PELATIHAN PENGGUNAAN ALAT SABLON PRESISI FRAMING PADA KONVEKSI Bernadhed	548-553
PELATIHAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN WEB PROFILING PADA KONVEKSI BERKART Rum M Andri	554-559
REDESIGN KEMASAN PRODUK DAN PENGADAAN DAN PELATIAN MESIN PRESS KEMASAN UNTUK UKM MAMA YUMMY Yudhi Sutanto	560-565
PELATIHAN MANAJEMEN KELAS DARING UNTUK GURU SMK ISLAM MOYUDAN YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19 Rizqi Sukma Kharisma	566-571

VIRTUAL TOUR VIDEO WISATA PEMANDIAN ALAMI BLUE LAGOON

Atika Fatimah¹⁾, Haryoko²⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

²⁾ Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : atika.fatimah@amikom.ac.id¹⁾, haryoko@amikom.ac.id²⁾

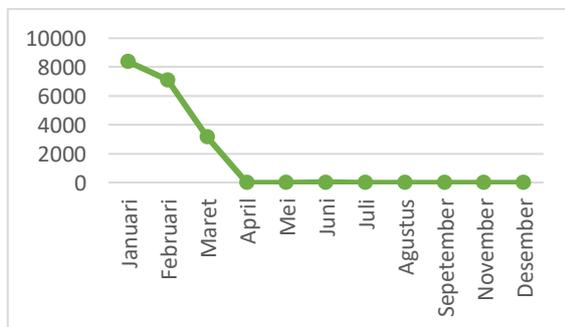
Abstrak

Sektor pariwisata di Yogyakarta mengalami mati suri selama pandemi Covid-19 yang disebabkan oleh penetapan *lockdown* diberbagai wilayah dan pembatasan sosial yang membuat banyak orang mengurungkan niat untuk berlibur sehingga terjadi penurunan jumlah pengunjung wisata. Kondisi ini juga dirasakan oleh salah satu desa wisata yakni Desa Wisata Blue Lagoon yang terletak di Sleman dimana pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah pengunjung secara drastis yakni sebesar 70 % atau terdapat hanya sekitar 3.000 pengunjung yang mengakibatkan penurunan pendapatan tiap karyawan pengelola sebesar Rp. 100.000/minggu. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan kembali wisata pemandian alami Blue Lagoon melalui virtual tour video agar wisatawan tertarik untuk mengunjungi kembali. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah pembuatan virtual tour video dilakukan dengan tiga tahap yaitu *pre-production*, *production* dan *post-production*. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat adalah telah dibuat video virtual tour yang berjudul “Desa Wisata Blue Lagoon” dengan durasi 3 menit yang diupload di YouTube dan video 3D *Relive* dengan judul “One Day Trip in Yogyakarta” dengan durasi 1 menit sehingga dapat dilihat oleh pengguna internet serta dijadikan referensi wisata oleh para wisatawan di masa pandemi.

Kata kunci: virtual tour, video, Blue Lagoon

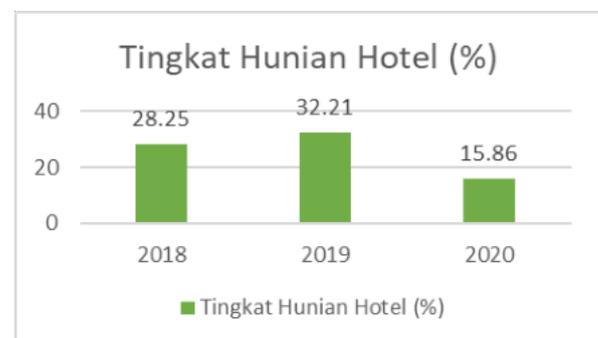
1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Yogyakarta mengalami mati suri selama pandemi Covid-19. Pengelola destinasi wisata, perajin cenderamata dan pemilik penginapan berhenti berdenyut sejak wabah corona merebak pada pertengahan Maret 2020^[1]. Hal ini dibuktikan oleh turunnya jumlah wisatawan mancanegara yang sangat drastis dari bulan Maret yaitu sebesar 3.162 pengunjung menjadi 0 pengunjung pada bulan April sesuai dengan grafik berikut,



Gambar 1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Provinsi DI Yogyakarta Sepanjang Tahun 2020
Jumlah wisatawan mancanegara yang berjumlah 0 terus berlanjut hingga bulan Desember tahun 2020.

Penurunan yang signifikan dari bulan Maret ke bulan April hingga Desember disebabkan oleh penetapan *lockdown* diberbagai wilayah dan pembatasan sosial yang membuat banyak orang mengurungkan niat untuk berlibur sehingga terjadi penurunan jumlah pengunjung wisata^[2]. Bagi provinsi DI Yogyakarta penurunan jumlah pengunjung wisata sangat berdampak pada kinerja pariwisata yang ditandai oleh tingkat hotel yang menurun cukup signifikan yakni sebesar 50% pada tahun 2020. Hal ini dibuktikan oleh grafik tingkat hunian hotel dari tahun 2018 sampai 2020 sebagai berikut,



Gambar 2. Grafik Tingkat Hunian Kamar Hotel

Grafik diatas mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat hunian hotel maka semakin banyak jumlah kamar yang terjual. Namun dengan turunnya jumlah kamar yang terjual diakibatkan oleh sedikitnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.

Kondisi ini juga dirasakan oleh salah satu desa wisata yakni Desa Wisata Blue Lagoon yang terletak di Kabupaten Sleman, Provinsi DI Yogyakarta. Pada tahun 2019, wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Blue Lagoon mencapai 70.000 pengunjung atau sekitar 10.000 pengunjung tiap tahunnya semenjak booming pada tahun 2014. Mayoritas wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Blue Lagoon ialah anak sekolah. Namun adanya pandemik tidak memungkinkan bagi anak sekolah untuk melakukan kegiatan diluar seperti darmawisata karena kegiatan sekolah dilakukan secara online. Hal inilah yang mempengaruhi penurunan jumlah pengunjung secara drastis pada tahun 2020 yakni sebesar 70 % atau terdapat hanya sekitar 3.000 pengunjung. Sepinya pengunjung sangat mempengaruhi pendapatan karyawan yang bekerja pada tim pengelola wisata yang berjumlah kurang lebih 30 orang. Mereka antara lain bekerja pada bagian ticketing, parkir, penyewaan ban, pelampung dan kacamata, kebersihan, kemandoran dan kamar mandi. Penurunan pendapatan karyawan yang bekerja pada masing-masing bagian ialah Rp. 100.000/minggu dimana pendapatan mereka tiap bulan sekitar Rp. 1.500.000. Ketika terjadi penurunan maka pendapatan mereka tiap bulan menjadi Rp. 1.100.000

Solusi

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pembuatan virtual tour video dilakukan dengan tiga tahap yaitu pre-productio, production dan post production.

a. Pre-production yaitu tahap persiapan untuk membuat sebuah video. Tahapan ini terdiri atas penentuan pihak yang terlibat dalam video seperti talent serta penentuan budget. Kemudian menentukan perlengkapan yang dibutuhkan saat produksi video yakni perlengkapan utama dan pendukung. Perlengkapan utama terdiri dari kamera action (gopro), kamera digital, tripod, handphone dan sepeda. Sedangkan perlengkapan pendukung ialah kendaraan untuk ke lokasi pengambilan gambar. Selanjutnya adalah script berupa direksi alur pengambilan gambar dan narasi video

b. Production yaitu tahap pengambilan gambar. Tahap ini terdiri dari briefing, setup lokasi dan perlengkapan, shooting dan controlling. Briefing merupakan proses menyamakan persepsi dan melaksanakan pembagian tugas misal memberikan penjelasan pada cameramen oleh director sehingga dapat mengetahui proses pengambilan video. Setup lokasi merupakan penentuan angel pengambilan video sedangkan setup perlengkapan dilakukan untuk memastikan apakah kamera sudah berfungsi. Shooting adalah inti dari pembuatan video berupa pengambilan footage. Lalu controlling dilakukan untuk mengecek tidak ada perlengkapan yang over penggunaan dimana mengakibatkan kerusakan karena beberapa perlengkapan sewa.

c. Post-production merupakan tahap akhir dari proses pembuatan video yang terdiri atas editing dan optimalisasi video. Editing adalah proses merapikan file video agar hasilnya maksimal yang terdiri atas penggabungan file video, pemotongan video, penambahan teks pada video, penambahan musik dan backsound berupa narasi serta penambahan efek transisi dengan bantuan software. Kemudian optimalisasi video merupakan proses uploading video ke media social berupa menandai orang dengan mention instagram Wisata Sleman sehingga dapat direpost, penambahan lokasi Desa Wisata Blue Lagoon yang langsung terhubung pada google maps, pemberian hashtag seperti #desawisata #wisatajogja #wisatapemandian #bluelagoon yang merupakan kata kunci pencarian konten di media social agar video muncul dipencarian teratas sehingga banyak yang melihatnya dan pemberian caption yang informatif tentang paket wisata pemandian alami Blue Lagoon

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

a. Pra-Production

Proses pra-production video diawali dengan penentuan pihak yang terlibat seperti talent, videografer dan editor. Talent dipilih dua orang yang memiliki karakter sporty dan memiliki tinggi badan yang hampir sama yaitu Anisa Wulandari (mahasiswa Prodi Ekonomi) dan Ajeng Andin (mahasiswa Prodi Arsitektur). Untuk videografer adalah Atika Fatimah (dosen Prodi Ekonomi) serta editor video adalah Haryoko (dosen Prodi Teknologi Informasi). Setelah itu tim abdimas melakukan survei lokasi pembuatan video yakni di Jalan Raya Kemasan yaitu jalan untuk menuju Desa Wisata Blue Lagoon seperti pada gambar berikut,



Gambar 3. Jl. Raya Kemasan

Bisa dilihat bahwa gambar diatas merupakan salah satu jalan raya di Kabupaten Sleman yang sisi kanan dan kirinya adalah sawah sehingga tim abdimas sangat tertarik untuk melakukan pengambilan gambar video di jalan ini. Selain pengambilan gambar di Jalan Raya Kemasan, pembuatan video juga dilakukan di gang menuju Desa Wisata Blue Lagoon yang diberi tanda jalan.



Gambar 4. Gang Menuju Desa Wisata Blue Lagoon

Lokasi shooting diatas merupakan lokasi pendukung, lokasi inti pastinya adalah Desa Wisata Blue Lagoon itu sendiri yang akan dijadikan lokasi utama pengambilan video antara lain pintu masuk Blue Lagoon, jalan yang menyusuri sungai, loket penukaran kupon dan lainnya.



Gambar 5. Jalan di Sisi Sungai

Setelah survei, persiapan perlengkapan juga dilakukan pada proses pra-production. Berikut adalah perlengkapan yang disiapkan tim abdimas untuk membuat video,



Gambar 6. Perlengkapan Pembuatan Video

Perlengkapan diatas terdiri dari kamera action untuk merekam dibawah air atau ketika berenang sehingga menggunakan tripod floating hand grip bobber. Selanjutnya terdapat juga kamera digital untuk membuat video di darat dan outdoor yang dibantu oleh tripod sebagai stabilizer agar video yang dihasilkan tidak goyang. Selain itu juga digunakan handphone sebagai perlengkapan pendukung untuk memvideo dan memfoto dari sudut yang berbeda.

b. Production

Langkah awal tahap production adalah briefing yang penting dilakukan sebelum dimulainya proses shooting. Briefing dilakukan dengan memastikan lokasi siap untuk pengambilan video serta mengarahkan talent.

Langkah kedua ialah setup lokasi dan perlengkapan yakni persiapan perlengkapan yang akan dipakai untuk shooting serta lokasi agar clear dari gangguan untuk pengambilan video. Berikut adalah contoh persiapan perlengkapan pengambilan video dimana kamera dan tripod sudah di set,



Gambar 7. Setup Perlengkapan

Langkah ketiga merupakan tahapan paling inti dari pembuatan video yakni shooting. Shooting dilakukan selama dua hari dimana pada hari pertama shooting difokuskan pada jalan, gang, dan

Desa Wisata Blue Lagoon yang dilakukan pada hari minggu tanggal 24 Oktober 2021. Selama shooting hari pertama talent menggunakan perlengkapan sepeda sebagai tanda sedang melakukan wisata sambil menikmati alam.



Gambar 8. Proses Shooting Hari Pertama

Untuk hari kedua pembuatan video difokuskan di kolam pemandian alami Blue Lagoon yang dilakukan pada hari minggu tanggal 31 Oktober 2021. Pada shooting hari kedua digunakan kamera action untuk bisa merekam di dalam air serta talent tidak lagi bersepeda namun berenang dan menceburkan diri di kolam Blue Lagoon. Kolam Blue Lagoon terdapat dua sisi yakni sisi kiri dan kanan. Untuk sisi kanan kolam lebih dalam biasanya diperuntukkan bagi pengunjung yang ingin terjun sedangkan sisi kiri kolam lebih dangkal biasanya diperuntukkan bagi anak-anak.



Gambar 9. Proses Shooting Hari Kedua

Langkah terakhir dari tahap production ialah controlling dilakukan dengan mengecek perlengkapan pembuatan video dimana masih dalam keadaan aman atau tidak overused karena proses shooting hanya dilakukan selama dua hari.

c. Post-Production

Terdapat dua proses utama pada tahap post-production yakni editing dan optimalisasi video.

Pada proses editing video pengabdian menggunakan software Adobe Premiere. Editing video meliputi enam tahapan yakni pemilihan footage, pemotongan footage, penataan footage, penataan audio, coloring dan rendering. Pemilihan footage merupakan proses awal yang menyeleksi beberapa stock shot atau hasil rekaman pada saat produksi berjalan. Materi pemilihan yang dilakukan berdasarkan kelayakan gambar secara visual dan audio.



Gambar 10. Pemilihan Footage

Setelah footage dipilih maka dilakukan pemotongan footage untuk membuang bagian yang tidak penting agar video terlihat rapi dan bagus saat ditonton.



Gambar 10. Pemotongan Footage

Langkah berikutnya adalah penataan video yang disebut juga dengan sound editing yakni penambahan background untuk mendukung tatanan visual video.



Gambar 11. Penataan Audio

Kemudian dilakukan coloring yang merupakan proses memodifikasi warna terhadap gambar sehingga menimbulkan kesan tertentu.



Gambar 12. Coloring

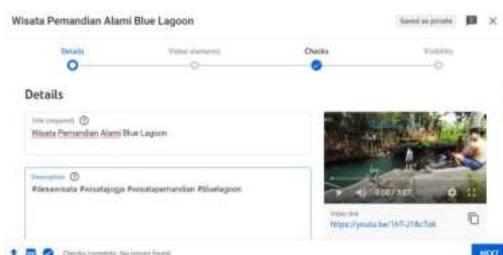
Salah satu hasil dari coloring ini bisa dilihat pada opening scene dengan credit title desa wisata Blue Lagoon sleman Yogyakarta.



Gambar 13. Opening Scene yang Sudah Disertai Credit Title

Tahap atau proses terakhir dari editing video adalah rendering yakni menyatukan semua editing stock shoot menjadi sebuah format media. Hal yang perlu dilakukan pada proses ini adalah mengatur setting render seperti resolusi atau format video.

Jika video sudah melalui proses editing maka video sudah siap diupload ke YouTube dengan mengoptimalkan future-fitur yang ada di YouTube seperti description dan select credit title. Berikut adalah proses uploading video ke YouTube dengan judul Wisata Pemandian Alami Blue Lagoon dengan menggunakan hashtag #desawisata #wisatajoga #wisatapemandian #bluelagoon pada description.



Gambar 14. Proses Uploading Video

Selain video yang berdurasi tiga menit, pengabdian juga membuat video rekam perjalanan dengan menggunakan Relive. Relive merupakan sebuah aplikasi untuk membuat rute aktivitas menjadi video story tiga dimensi (3D). Aplikasi relive dipakai setelah melakukan aktivitas bersepeda atau berkendara sehingga menghasilkan data dan mengubahnya menjadi video 3D serta mengupload data aktivitas ke aplikasi^[3].



Gambar 15. Tampilan Video 3D Relive yang Berjudul One Day Trip in Yogyakarta

Tim pengabdian menggunakan Relive untuk mendokumentasikan perjalanan selama satu hari pada beberapa tempat di DI Yogyakarta. Tempat pertama diawali dengan Monumen Tugu yang sangat iconic di Yogyakarta. Lalu Gudeg Yu Djum yang terletak di Jl. AM Sangaji kemudian dilanjutkan ke Desa Wisata Blue Lagoon yang terletak di Jl. Raya Kemasan, Ngemplak, Sleman.



Gambar 16. Tampilan Video 3D Relive yang Menunjukkan Rute Blue Lagoon

Rute terakhir ialah sebuah coffee shop yang terletak di Jl. Grogolan, Puntuk II, Umbulmartani bernama Dongeng Kopi. Selanjutnya data rute serta jarak yang sudah ditempuh direkam menjadi sebuah video kemudian diupload ke aplikasi Relive.

4. KESIMPULAN

Penutup berisi kesimpulan dan saran sebagai berikut,

- 1) Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat ini ialah telah dibuat video virtual tour yang berjudul “Desa Wisata Blue Lagoon” dengan

- durasi 3 menit yang diupload di YouTube dan Google Review serta video 3D Relive dengan judul “One Day Trip in Yogyakarta” dengan durasi 1 menit. Adanya video virtual tour ini dapat menjadi sarana promosi Desa Wisata Blue Lagoon di YouTube sehingga dapat dilihat oleh pengguna internet serta dijadikan referensi wisata oleh para wisatawan di masa pandemi ini.
- 2) Saran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain agar mematangkan proses pra-production video virtual tour seperti angle video yang lebih banyak dari belakang daripada depan dan briefing mengenai penampilan talent yang pada beberapa footage ada yang mengenakan masker

Ucapan Terimakasih

Kami ucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan pendanaan yaitu Lembaga Pengabdian Masyarakat, Universitas AMIKOM Yogyakarta sehingga pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik. Kemudian kami ucapkan juga terima kasih pada pihak mitra yakni Pengelola Desa Wisata Blue Lagoon yang telah bersedia bekerja sama.

Daftar Pustaka

- [1] BPS Provinsi DI Yogyakarta, 2021, *Kunjungan Wisatawan Mancanegara per Bulan Menurut Kebangsaan 2020*, dilihat pada 17 November 2021 <<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/16/325/2/kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan.html>>
- [2] BPS Provinsi DI Yogyakarta, 2021, *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Non Bintang (Tahunan) (%)*, 2018-2021, dilihat pada 17 November 2021 <<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/16/299/1/tingkat-penghunian-kamar-hotel-non-bintang-tahunan-.html>>
- [3] Aristyo, Riyandy, 2020, *5 Aplikasi Keren untuk Pesepeda, Nomor 4 Bisa Mengaktifkan Maps Tanpa Jaringan Internet*, dilihat pada 25 November 2021 <<https://www.inews.id/techno/internet/5-aplikasi-keren-untuk-pesepeda-nomor-4-bisa-mengaktifkan-maps-tanpa-jaringan-internet>>