



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

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

PELATIHAN MEDIA SOSIAL BRANDING UNTUK KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN

Irwan Setiawanto¹⁾, Kusnawi²⁾

^{1,2)} Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : irwan.s@amikom.ac.id¹⁾, kusnawi@amikom.ac.id²⁾

Abstrak

Kampung Garongan sebagai pengembangan desa wisata, masih belum dilirik masyarakat sebagai lokasi wisata, karena masih dianggap sebagai sentra perikanan dan penjualan hasil perikanan. Kondisi di Kampung Garongan dengan kolam Kincir Airnya seharusnya dapat menjadi point penting sebagai tempat berwisata, didukung dengan lokasi yang sejuk dan juga pemandangan yang Merapi yang menawan. Potensi kampung Garongan sebenarnya cukup besar menjadi tempat wisata dengan kondisi saat ini. Kemasan informasi dan juga promosi dirasa masih sangat kurang bahkan belum menyentuh sisi marketing yang baik. Penggunaan media social yang saat ini menjadi tolak ukur sebuah lokasi menjadi terkenal dan memiliki pengunjung yang banyak belum dimanfaatkan oleh Kampung Garongan. Keinginan besar kelompok Mina Taruna memiliki media social, namun keterbatasan kemampuan dan sumber daya sehingga media social belum dikelola. Kelompok Mina Taruna mengalami kendala yang besar terkait pengelolaan media social sebagai salah satu sarana promosi mengembangkan kampung Garongan yang tadinya sentra perikanan menjadi wisata perikanan. Salah satu terkait tidak mengertinya Sosial Media Manajemen. Permasalahan berikutnya adalah belum memahami bagaimana melakukan pencitraan atau branding yang tepat untuk kampung Garongan yang nantinya akan menjadi Desa Minawisata.

Permasalahan-permasalahan di atas dapat diselesaikan dengan melakukan serangkaian pelatihan terkait Sosial Media Manajemen dan Branding. Pelatihan tersebut secara berkesinambungan dilakukan mulai dari pemahaman Sosial Media, Potensi Marketing dalam media social hingga persiapan materi dalam media social. Diharapkan dengan terlaksananya pelatihan ini Kelompok Mina Taruna mampu menciptakan media social yang nantinya mampu memberikan kesan kepada pengunjung. Dan juga diharapkan kemampuan dalam membuat materi dalam media social meningkat dan memiliki sasaran yang tepat.

Kata kunci: maksimal 5 kata terpenting dalam makalah

1. PENDAHULUAN

Kampung Garongan berada di dua Padukukah, yaitu padukuhan Kembang dan Padukuhan Pojok. Kedua padukuhan tersebut berada di daerah administrasi Desa Wonokerto, Kecamatan Turi. Desa Wonokerto adalah perbatasan antara Provinsi DIY dan Jawa Tengah yaitu Kabupaten Sleman dengan Kabupaten Magelang. Kampung Garongan ini merupakan sentra budidaya Ikan. Budidaya ikan ini dilakukan mulai dari hulu yaitu pembibitan hingga hilir yaitu pengolahan hasil perikanan. Dan salah satu produk unggulan adalah ikan nila dengan budidaya kincir air, seperti pada gambar 1.



Gambar 1 Salah satu produk ikan unggulan

Kampung Garongan ini telah memiliki potensi yang besar mengenai asset perikanan. Potensi ini sedang dikembangkan menjadi Desa Minawisata SIBUDIDIKUNCIR atau singkatan dari Sistem Budidaya dengan Kincir Air yang juga telah didukung oleh Kementerian Kelautan Perikanan serta Dinas Pekerjaan Umum seperti pada gambar

2. Kelompok Mina Taruna yang berdiri sejak tahun 1998 ini telah memiliki 29 Anggota dengan status kelompok Utama yang artinya menjadi Kelompok Budidaya Ikan yang cukup berkembang. Kelompok Mina Taruna memiliki kolam seluas 3.3Ha yang dikelola oleh 29 anggotanya.



Gambar 2 Potensi Kincir Air sebagai daya tarik

Kelompok Mina Taruna menginginkan kegiatan Perikanan di Garongan terus maju dan juga dapat mendukung persiapan pengembangan Desa Minawisata SIBUDIDIKUNCIR ini. Salah satu yang dilakukan adalah membangun jejaring informasi dan penyampaian informasi melalui Youtube. Kelompok Mina Taruna menyadari semakin banyak orang mengetahui informasi dan pengalaman melihat suasana perikanan berbasis kincir air dan juga potensi perikanan dan pemandangan di Kampung Garongan dapat menjadi daya Tarik orang untuk datang. Semakin banyak orang yang mengetahui Kampung Perikanan Garongan maka akan semakin banyak konsumen yang membeli produk di kampung perikanan Garongan. Di sisi lain semakin mengenal kampung Garongan dapat menjadi sarana memperkenalkan Desa Minawisata SIBUDIDIKUNCIR lebih cepat.

Potensi perikanan tidak hanya menyangkut pada budi daya saja, namun juga dapat diekplorasi lebih luas dari sisi lingkungan dan kehidupan di pasar ikan garongan. Seperti pada gambar 1, potensial keindahan di Kampung garongan ini dan juga menjadi asset yang baik untuk menjadi destinasi wisata.



Gambar 3 Potensi Wisata Pasar Ikan Garongan

Dalam dunia maya Pasar ikan Garongan dan Desa Minawisata Garongan belum terdengar luas. Perlu adanya strategi branding yang massif untuk menyebarkan informasi dengan pendekatan Sosial Media Manajemen. Pasar ikan garongan memiliki beberapa akun media social diantaranya adalah Facebook, Google Businnes, Instagram. seperti pada gambar 4a,4b,4c berikut ini.



(a)



(b)



(c)

Gambar 4 Media Sosial Pasar Ikan Garongan

Namun dari akun media social pada gambar 4, belum diketahui siapa yang mengelola. Serta konten yang dimiliki juga telah lama dan tidak diperbaharui. Mitra tentunya masih memiliki permasalahan dan pengabdian ini berfokus pada :

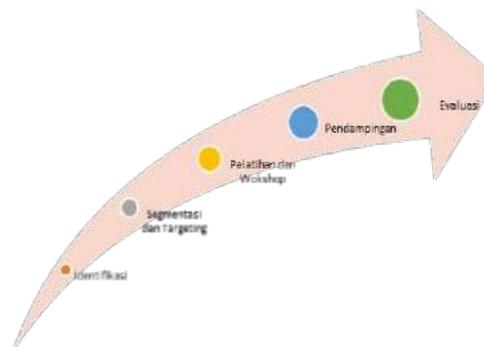
- Belum diketahui beberapa pemilik akun media social pasar ikan garongan
- Anggota kelompok belum memiliki kemampuan membuat memanfaatkan media social dengan pengelolaan yang baik
- Anggota kelompok tidak memahami manajemen content dan strategi Media dan Marketing
- Belum dapat memaksimalkan Gadget dalam pengembangan content
- Anggota belum mengetahui pengelolaan media social yang banyak secara bersamaan

Permasalahan-permasalahan di atas dapat diselesaikan dengan melakukan serangkaian pelatihan terkait Sosial Media Manajemen dan Branding. Pelatihan tersebut secara berkesinambungan dilakukan mulai dari pemahaman Sosial Media, Potensi Marketing dalam media social hingga persiapan materi dalam media sosial. Diharapkan dengan terlaksananya pelatihan ini Kelompok Mina Taruna mampu menciptakan media social yang nantinya mampu memberikan kesan kepada pengunjung. Dan juga diharapkan kemampuan dalam membuat materi dalam media social meningkat dan memiliki sasaran yang tepat. Berikut rincian solusi yang dapat dilakukan :

- Pelatihan Media Sosial Manajemen
- Pelatihan Branding di Media Sosial
- Workshop Pengelolaan Media Sosial
- pendampingan Pengelolaan Media Sosial
- Workshop Pembuatan Content Branding di media sosial
- Pendampingan Content Branding di Media Sosial

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat Bersama Kelompok Mina Taruna ini menggunakan metode sebagai berikut gambar :



Gambar 5. Metode pelaksanaan

Pada tahapan Pengembangan Strategi SMM Desa Minawisata Garongan ini dilakukan beberapa tahapan, yaitu

- Identifikasi : Dimana tahapan ini mencari informasi yang lengkap terkait Desa MinaWisata Garongan, dimana informasi yang didapat adalah Potensi Wilayah yang perlu ditata, Kemampuan anggota terhadap media sosial rendah dan juga belum menemukan konsep branding yang jelas
- Segmentasi dan targeting : pada tahapan ini dilakukan analisis terhadap seluruh informasi yang ada ditambah dengan literatur yang ada sehingga memunculkan segmentasi dari MinaWisata Garongan serta menentukan target pasar yang dituju baik local maupun nasional bahkan internasional
- c) Pelatihan dan Workshop : dilakukan untuk meningkatkan kapasitas kelompok dalam memaksimalkan anggota dalam membangun branding dalam media sosial serta mengelola media sosial MinaWisata Garongan
- d) Pendampingan : dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan dengan baik
- e) Evaluasi : melakukan Evaluasi kegiatan dan melihat apakah manajemen media sosial yang dilakukan berjalan dengan baik.

Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat ini telah berjalan mulai indentifikasi hingga Menyusun strategi SMM namun terkendala dengan Perkembangan Covid-19 dan aturan PPKM sehingga sampai saat ini belum dapat dilakukan kegiatan yang menuju ke lokasi. Adapun kegiatan yang dilakukan secara daring dengan membangun group Chat Whatsapp, seperti pada gambar 6.



Gambar 6 Pembentukan WA Group untuk pelatihan

Pelatihan ini dilakukan secara online menggunakan whatsapp group atau google meet, karena terkendala status PPKM Level 4 di Yogyakarta. Langkah berikutnya adalah pelatihan pengelolaan media social berupa Instagram dan Facebook dengan harapan mampu menyesuaikan dengan segmentasi pasar yang sudah ditetapkan dan juga memberikan postingan yang menarik.

Dalam kegiatan ini hasil yang diharapkan adalah masing-masing anggota mampu memahami konsep media publikasi Instagram dan facebook dan manfaatnya serta dapat memahami tujuan pengelolaan media sosial. Kemudian memiliki kemampuan untuk menyediakan content menggunakan gadget yang dapat menciptakan postingan yang menarik dengan kualitas yang baik pula.

Langkah pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

- Mengumpulkan media social yang telah dibuat atau membangun Kembali media social baru yang dapat dikelola.
- Menyusun Materi Pelatihan yang dibagi menjadi dua Materi Besar yaitu: Materi Branding dan Media Sosial didalamnya berisi pelatihan Konsep Branding Produk dan Personal dan juga tahapan menjadi content creator serta pengelola media social yang baik dan Materi Pengelolaan Posting yang berisi terkait seluk beluk pembuatan content dan juga strategi pembuatan content menggunakan gadget.
- Membuat group pelatihan baik dalam bentuk whatsapp group dan nantinya digunakan sebagai media pelaksanaan pelatihan dan workshop atau sebagai narahubung ke google meet
- Melaksanakan pelatihan dengan google meet atau whatsapp group, dalam pelatihan ini dilakukan dua tahap sesuai dengan materi yang disampaikan.

- Melakukan Workshop pembuatan content menggunakan canva, editing dan upload ke media sosial dan penyusunan strategi publikasi media sosial.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari :

- Terlaksananya kegiatan pelatihan dengan memaparkan beberapa materi dalam whatsapp group dan juga pelatihan terbatas tatap muka yang digunakan untuk diskusi. Penggunaan Whatsapp group terbukti berjalan baik dan mampu digunakan sebagai sarana pelatihan yang handal ketika masa pandemic seperti ini. Namun beberapa terkendala karena berkumpul beberapa kegiatan pengabdian dalam satu group. Berikut adalah salah satu kegiatan yang dilakukan menggunakan whatsapp group tertampil pada gambar 7.



Gambar 1. Penyampaian dan diskusi Whatsapp Group

- Terlaksananya kegiatan workshop dengan memaparkan beberapa materi pembuatan content menggunakan canva dan juga tata Kelola Instagram serta facebook yang baik dilakukan secara beruntun dalam waktu satu hari. Kegiatan tersebut tertampil pada gambar 8.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop

Antusiasme anggota dalam mengikuti kegiatan tersebut cukup besar dengan hampir semua anggota hadir dan mengikuti semua rangkaian dengan baik. Seperti pada gambar 9.



Gambar 3. Peserta Kegiatan

- c. Pemahaman terkait pemahaman terhadap media sosial sebagai media informasi dan potensi meningkatkan konsumen di Desa Minawisata Garongan terbukti bahwa anggota mulai memahami pentingnya mempublikasi kegiatan perikanan di pasar ikan untuk menarik pelanggan baru. Serta pemahaman terkait pembuatan postingan yang menarik sehingga pelanggan dapat berkunjung ke pasar ikan Garongan.
- d. Hasil Evaluasi Trend youtube yang dikelola oleh kelompok
 - a) Peserta telah mengenal Media Sosial sebagai Marketing terbukti 70% Anggota telah memiliki Media social yang digunakan untuk jualan
 - b) Peserta telah mengenal Media Sosial sebagai Publikasi terbukti dengan telah tersedianya media publikasi di pasar ikan garongan

4. KESIMPULAN

- 1) Berdasarkan pembahasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa :
- 2) Kegiatan Abdimas yang dilakukan di Desa Minawisata Garongan Telah terlaksana dengan baik dengan beberapa hasil :
- 3) Pemahaman dan Antusias terhadap media social sebagai media pendukung usaha dari sisi marketing dan publikasi
- 4) Terlaksananya pelatihan yang diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan kesadaran terkait potensi media social dalam meningkatkan jumlah pelanggan di desa Minawisata Garongan

Adapun Peluang yang dapat dilakukan kedepannya adalah mengembangkan potensi pengelolaan obyek pasar Garongan sebagai asset content media promosi

Ucapan Terimakasih

1. Bapak Dr. Andi Sunyoto, S.Kom, M.Kom selaku Direktur Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta, beserta seluruh team., atas semua bantuannya telah mengabdikan pelaksanaan kegiatan ini dengan dana perguruan tinggi
2. Bapak Susanto selaku Ketua POKDAKAN Mina Taruna Garongan yang telah bersedia menjadi Mitra program pengabdian masyarakat ini, beserta seluruh anggota yang sangat antusias dengan program abdimas ini.
3. Teman teman dosen yang selalu mendukung saya agar pelaksanaan program abdimas ini berjalan dengan lancar

Daftar Pustaka

- [1] Agus Aryanto, 2020, "Di Tengah Covid-19, Pemasaran Online dan Digital Branding Jadi Pilihan, <https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/di-tengah-covid-19-pemasaran-online-dan-digital-branding-jadi-pilihan>; dilihat : 5 Mei 2020
- [2] Marianne R. Klimchuk, Sandra A. Krasovec. 2013. Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf. illustrated: John Wiley & Sons.
- [3] A. B. Susanto, Himawan Wijarnako. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta: Mizan Pustaka
- [4] Kotler, 1992. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo

