



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 VIDIO 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	

PENGELOLAAN 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 Nurcholiz	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

IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENYEBARAN INFORMASI PADA STARTUP MATRASH YOGYAKARTA DENGAN MOTION GRAFIS

Mei Parwanto Kurniawan¹⁾, Deden Maulana Yusuf²⁾

^{1,2)} Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : meikurniawan@amikom.ac.id¹⁾ , deden.17@students.amikom.ac.id²⁾

Abstrak

Indonesia merupakan negara penghasil sampah terbesar kedua di dunia setelah China. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa sampah Indonesia setiap tahunnya mencapai 64 juta kilogram, dan ironisnya hanya 7% yang dapat dikelola dengan baik dan ditambah dengan sekitar 8,8 juta ton sampah plastik yang dibuang ke laut dan sungai setiap tahun karena pengelolaan yang tidak baik. Padahal pemerintah telah menetapkan target pengelolaan 70% timbunan sampah nasional melalui Peraturan Presiden (Perpres) No.97 Tahun 2017 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis, rupanya hal ini tidak berjalan sesuai harapan.

Jumlah produksi sampah terus meningkat dan hanya dibantu oleh 12,5 % masyarakat yang mengelola sampah dengan baik (BPS, 2017) sehingga diperlukan terobosan untuk meningkatkan besarnya kesadaran masyarakat untuk mengelola sampah sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Matrash merupakan aplikasi yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menghubungkan tempat pembuangan sampah, TPS dan bank sampah sebagai mitra agar sampah yang dihasilkan masyarakat dapat dikelola untuk didaur ulang dengan baik agar dapat meminimalisir pencemaran lingkungan.

Dunia digital yang berkembang semakin pesat memberikan tantangan tersendiri bagi sebuah perusahaan untuk membuat iklan dengan ide dan gagasan yang unik serta menimbulkan feedback yang positif bagi perusahaan maupun masyarakat. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap iklan yang dibuat, maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut.

Matrash merupakan salah satu startup penyedia layanan pengelolaan limbah berbasis aplikasi mobile yang berasal dari Yogyakarta. Aplikasi Matrash dibuat dan dikembangkan menggunakan metode pemikiran desain dan validasi pasar dengan alat Model Bisnis Canvas. Saat ini fitur aplikasi Matrash berjalan 100% dan telah diuji pasarnya. Karena sejalan dengan poin 12 SDGs, Matrash siap membantu Indonesia menyelesaikan permasalahan lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, melalui Matrash juga membantu pemulung untuk meningkatkan pendapatan mereka. Matrash masih terbilang sebuah startup baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Media iklan matrash berupa video yang dibagikan di kanal Youtube dan saat ini mempunyai 5 subscriber dan 1 video yang telah ditonton sebanyak 179 kali ditonton. Sehingga matrash belum terpublikasi dengan baik dan penyampaian informasi yang kurang optimal, untuk itu maka pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk membuat suatu video profile yang dimaksudkan untuk membuat iklan agar lebih mengenalkan tentang sejarah, tujuan perusahaan dan keunggulan yang ada pada Matrash agar dapat menambah daya tarik masyarakat luas

Kata kunci: Iklan, Startup Matrash, Waste Management

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara penghasil sampah terbesar kedua di dunia setelah China [1]. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa sampah Indonesia setiap tahunnya mencapai 64 juta kilogram, dan ironisnya hanya 7% yang dapat dikelola dengan

baik dan ditambah dengan sekitar 8,8 juta ton sampah plastik yang dibuang ke laut dan sungai setiap tahun karena pengelolaan yang tidak baik. Padahal pemerintah telah menetapkan target pengelolaan 70% timbunan sampah nasional melalui Peraturan Presiden (Perpres) No.97 Tahun 2017 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional

Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis, rupanya hal ini tidak berjalan sesuai harapan [2].



Gambar 1 Ilustrasi Indonesia Darurat Sampah

Jumlah produksi sampah terus meningkat dan hanya dibantu oleh 12,5% masyarakat yang mengelola sampah dengan baik (BPS, 2017) [3] sehingga diperlukan terobosan untuk meningkatkan besarnya kesadaran masyarakat untuk mengelola sampah sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Matrash merupakan aplikasi yang akan meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menghubungkan tempat pembuangan sampah, TPS dan bank sampah sebagai mitra agar sampah yang dihasilkan masyarakat dapat dikelola dengan baik dan dapat meminimalisir pencemaran lingkungan. Aplikasi Matrash dibuat dan dikembangkan menggunakan metode pemikiran desain dan validasi pasar dengan alat Model Bisnis Canvas.

Matrash merupakan salah satu startup penyedia layanan pengelolaan limbah berbasis aplikasi mobile yang berasal dari Yogyakarta. Matrash adalah sebuah media atau wadah bertemunya masyarakat yang ingin mendaur ulang sampah dengan pengelola sampah. Dengan adanya aplikasi Matrash dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menghubungkan tempat pembuangan sampah, TPS dan bank sampah sebagai mitra untuk memastikan bahwa limbah yang dihasilkan oleh masyarakat dapat dikelola dengan baik dan dapat meminimalkan polusi lingkungan. Matrash didirikan pada tahun 2018 oleh Syekh Arpi Ageng dengan visi membantu Indonesia memecahkan masalah lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Matrash berlokasi di Jl. Persatuan Condongcatur, Mladangan, Minomartani, Ngaglik, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Perkembangan zaman yang semakin pesat memberikan tantangan tersendiri bagi sebuah perusahaan untuk membuat video promosi dengan ide dan gagasan yang unik serta menimbulkan

feedback yang positif bagi perusahaan maupun masyarakat. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap video promosi yang dibuat maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut [4].

Agar promosi yang disampaikan diterima dengan baik oleh masyarakat, perusahaan membuat laporan yang didalamnya berisi tentang sejarah, tujuan perusahaan dan informasi penting lainnya yang selanjutnya disebut sebagai Company Profile. Banyak teknik yang bisa digunakan untuk membuat company profile, salah satunya adalah motion graphic. Motion Graphic pada dasarnya merupakan gabungan dari potongan-potongan gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga tampak bergerak. Kelebihan dari motion graphic yaitu dapat memvisualisasikan suatu objek yang sulit divisualisasikan oleh live shoot video [5].

Syekh Arpi Ageng yang menjabat sebagai CEO Matrash bergerak mendirikan sebuah startup dibidang waste management. Syekh Arpi Ageng atau yang kerap dipanggil Arpi melihat bidang pengelolaan sampah di Indonesia khususnya para pelaku di dalamnya yaitu pemulung tidak kunjung sejahtera meski saat ini kita telah menginjak era teknologi. Hal ini yang menggerakkan beliau dan tim untuk mendirikan startup Matrash.

Matrash memiliki team pengembang didalamnya yang berisikan beberapa bagian diantaranya CTO (chief technology officer), Mobile development, dan CMO (chief marketing officer). Matrash juga diharapkan bisa menjadi sebuah startup yang bisa membantu masyarakat Indonesia dalam mengelola dan mendaur ulang sampah, sehingga kontribusi Indonesia sebagai penyumbang sampah di Dunia dapat menurun serta dapat mencegah bencana alam akibat masalah lingkungan, yaitu banjir.

Tabel 1 Struktur organisasi Startup Mastrash

No	Nama	Jabatan
1	Syekh Arpi Ageng	CEO
2	Sandy Priyatna	CTO
3	Riana Anggita Saputri	CTO
4	Ali Rahmat Ismail	Mobile Development

Matrash memiliki Visi dan Misi yang sangat menitikberatkan pada perkembangan dan permasalahan Bangsa Indonesia, Visi Matrash

adalah Membantu Indonesia memecahkan masalah lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Sedangkan Misi dari Matarash adalah: 1) Mengelola dengan baik limbah di Indonesia, 2) Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengelola limbah dan 3) Memastikan limbah dapat dikelola dengan baik dan dapat meminimalisir pencemaran lingkungan.

Saat ini fitur aplikasi Matrash sudah berjalan 100% dan telah diuji pasarnya. Karena sejalan dengan poin 12 SDGs, Matrash siap membantu Indonesia menyelesaikan permasalahan lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, melalui Matrash juga membantu pemulung untuk meningkatkan pendapatan mereka. Matrash masih terbilang sebuah startup baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Media iklan matrash berupa video animasi yang dibagikan di kanal Youtube dan saat ini mempunyai 5 subscriber dan 1 video yang telah ditonton sebanyak 179 kali ditonton. Sehingga matrash belum terpublikasi dengan baik dan penyampaian informasi yang kurang optimal, oleh karena itu pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membuat video profile yang dimaksudkan untuk membuat sebuah media iklan lebih mengenalkan tentang sejarah, tujuan perusahaan dan keunggulan yang ada pada Matrash agar dapat menambah daya tarik masyarakat luas. Matrash memiliki logo yang visioner, logo matrash dapat dilihat pada Gambar 2 di bawah ini:



Tim Matrash mewakili kampus dari Universitas Amikom Yogyakarta untuk berbagai kompetisi mulai dari Nasional hingga Internasional. Terakhir pada bulan Februari 2020, team Matrash berhasil memenangkan Gold Medal di kategori Environment dan Special Award pada kompetisi Asian Youth Innovation Awards (AYIA) 2020 di Malaysia yang terdiri dari 500 tim dan 22 negara yang berpartisipasi. Sedangkan pada bulan November 2019, tim matrash mewakili Indonesia untuk mengikuti kompetisi di NTU Singapore dan mendapatkan Gold Medal pada kompetisi Advanced Innovation Global Awards. Kompetisi di

NTU Singapore dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3 Gold Award AIGC NTU Singapore 2020

Tim Matrash pada bulan Agustus hingga Desember tahun 2020 telah diimplementasikan di desa Jenu, Tuban Jawa Timur. Bekerjasama dengan mitra yang ada pada desa Jenu, memulai dari persiapan untuk penguatan manajemen pengelolaan sampah, pengadaan saran dan prasarana serta sosialisasi pengelolaan sampah berbasis aplikasi Matrash. Demi meningkatkan kapasitas penduduk desa, maka team Matrash juga melakukan pelatihan penggunaan aplikasi Matrash dan melakukan rekrutmen mitra pada aplikasi, dan tidak lupa juga untuk mentoring penggunaan aplikasi Matrash. Gambar 4 di bawah ini adalah kegiatan yang telah lakukan oleh team Matrash untuk pengimplementasian aplikasi Matrash



Gambar 4 Kegiatan Lapangan

Berikut beberapa prestasi yang sudah diperoleh oleh team Matrash pada tahun 2019 s/d 2020

Tabel 2 Prestasi tim Matrash

No	Prestasi
1	Gold Medal AYIA (Asian Youth Innovation Awards) 2020
2	Special Awards from CIN (Croatian Inventors Network) in Malaysia Technology Expo 2020
3	Gold Medal AIGC (Advance Global Innovation Competition) 2019
4	2nd Winner PCTA (Parade Cinta Tanah Air) Kementerian Pertahanan RI 2019
5	2nd Winner Jakbee Hackathon 2019
6	2nd Winner AMICTA kategori startup
7	1st Winner DSC Google Showcase
8	2nd Winner Application Development ITFEST USU 3.0
9	Top 10 Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia 2019
10	Penerima dana hibah KBMI 2019
11	Penerima dana hibah Desiminasi Masyarakat Bidang Teknologi

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang digambarkan dalam bentuk tabel yang disinkronkan dengan permasalahan dan target luaran. Adapun metode pelaksanaan kegiatan adalah seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3 Daftar Masalah mitra

No	Daftara masalah yang akan diselesaikan	Metode
1	Tidak adanya sarana menyampaikan informasi kepada Masyarakat secara detail dan mudah diakses.	Membuat Storyboard Membuat Video Profile untuk Iklan



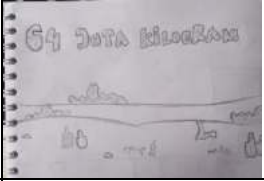



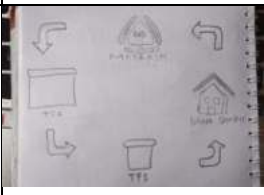
Dari prioritas masalah mitra maka dalam pengabdian ini memberikan solusi yaitu membuat Video Profile sebagai sarana menyampaikan informasi kepada Masyarakat luas tetang Matrash secara detail dan mudah diakses. Pelaksanaan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 3 Juli 2021.




A. Story Board

Storyboard adalah tahap lanjutan dari naskah yang dilengkapi dengan gambar sehingga nantinya dapat terlihat bagaimana video yang dibuat akan berjalan.

Tabel 4 Storyboard Matrash

Screen Play			
Matrash			
Scen e	Gambar	Dura si	Keterangan
1		00:05	Animasi pop up logo startup Matrash.
2		00:03	Menampilkan animasi text.

3		00:07	Menggambarkan an pulau-pulau di Indonesia dengan icon limbah-limbah.
4		00:03	Menampilakan kaki-kaki manusia kemudian turun banyak sampah kebawah.
5		00:04	Menmpilkan animasi teks dengan pemandangan bukit yang penuh sampah.
6		00:06	Menampilkan background nelayan yang sedang memancing dilaut.
7		00:07	Menampilkan background perkotaan dengan teks.
8		00:10	Menampilkan tangan yang sedang memegang handphone kemudian muncul fitur - fitur dari aplikasi matrash.
9		00:08	Menampilkan kerjasama startup Matrash dengan TPA, TPS dan Bank sampah.

10		00:03	Kendaraan yang membawa limbah menuju tempat pengelolaan.
11		00:02	Muncul karakter membawa limbah yang siap dikelola.
12		00:10	Menampilkan logo, tag line dan karakter.

B. Produksi

Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap pra-produksi. Pada tahap inilah nantinya video promosi Matrash di produksi, mulai dari desain karakter, pewarnaan, penganimasian, hingga ke editing suara dilakukan.

1. Design

Proses pembuatan kebutuhan desain untuk video promosi Matrash dilakukan pada software Adobe illustrator CC 2015. Proses pembuatan asset desain kebanyakan menggunakan fitur rectangle, pen tool dan shape builder tool. Meskipun terdapat banyak asset atau objek desain namun untuk cara pembuatannya relatif sama.

2. Pembuatan Karakter

Proses desain karakter untuk video promosi Matrash kebanyakan menggunakan fitur rectangle, pen tool dan shape builder tool. Berikut adalah proses pembuatan karakter yang nantinya akan ada didalam video promosi Matrash.

3. Coloring

Coloring merupakan salah satu tahapan yang harus dijalani agar hasil video menjadi menarik, coloring sendiri sebenarnya dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu secara analog maupun secara digital, untuk video promosi Matrash sendiri coloring menggunakan cara digital menggunakan software Adobe Illustrator 2020.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Setelah video selesai di render kemudian akan dilakukan tahap testing. Testing dilakukan terhadap responden acak dengan menggunakan skala likert dengan cara membagikan link berisi google form guna menguji keberhasilan video promosi startup Matrash. Adapun video diperlihatkan kepada pihak Matrash dan masyarakat umum. Adapun pihak Matrash akan memberikan penilaian yaitu CEO Matrash langsung serta dari masyarakat umum akan dipilih berdasarkan beberapa hal diantaranya jenis kelamin, background pekerjaan, Mahasiswa, serta pelaku dibidang waste management. Data yang diperoleh akan dihitung dan divalidasi setiap item pertanyaan. Sebelum memulai perhitungan presentase harus di ketahui interval (jarak) tingkat intensitas dengan menggunakan rumus interval (I).

$$I = 100\% / \text{Jumlah Skor Indikator Skala Likert}$$

Maka $I = 100\% / 5 = 20\%$

Hasil (I) adalah 20% yang merupakan jarak dari yang terendah 0% hingga tertinggi 100%. Berikut adalah tabel penentuan Interval Uji Kuesioner.

Tabel 5 Interval Tingkat Intensitas

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
0 % - 19.99 %	Sangat Tidak Valid
20 % - 39.99 %	Tidak Valid
40 % - 59.99 %	Cukup Valid
60 % - 79.99 %	Valid
80 % - 100 %	Sangat Valid

Pada setiap item kriteria skor adalah sbagai berikut: jumlah poin skor maksimal adalah 5 sedangkan skor paling minimal atau terkecil adalah 1. Adapun tiap-tiap item presentasenya dihitung menggunakan rumus:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase

f = Frekuensi dari jawaban angket

n = Nilai ideal keseluruhan responden

100% = Nilai tetap

Uji dari kuesioner kuesioner perancangan dan pembuatan iklan pada startup Matrash Yogyakarta dengan animasi 2D dapat dilihat pada lampiran penulis yang didapat dari masyarakat umum dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6 Uji Kuesioer Video Iklan Matrash

No. Item Pertanyaan	SB x Jumlah orang	B x Jumlah orang	C x Jumlah orang	KB x Jumlah orang	SKB x Jumlah orang
1	5 x 33	4 x 24	3 x 2	2 x 1	1 x 0
2	5 x 37	4 x 18	3 x 5	2 x 0	1 x 0
3	5 x 25	4 x 28	3 x 6	2 x 1	1 x 0
4	5 x 36	4 x 21	3 x 3	2 x 0	1 x 0
5	5 x 30	4 x 21	3 x 5	2 x 1	1 x 3
6	5 x 27	4 x 26	3 x 7	2 x 0	1 x 0
7	5 x 33	4 x 22	3 x 4	2 x 1	1 x 0
8	5 x 24	4 x 25	3 x 10	2 x 1	1 x 0
9	5 x 22	4 x 32	3 x 5	2 x 1	1 x 0
10	5 x 40	4 x 19	3 x 6	2 x 1	1 x 0
Total	1535	944	159	14	3

Setelah data diperoleh, maka selanjutnya data akan dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan rekapitulasi data uji pengguna, hitunglah jumlah skor yang diperoleh oleh 60 responden. Adapun jumlah skor maksimal didapat dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Skor Maksimal} = \text{Jumlah Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Skor Minimal Per Pertanyaan}$$

Diketahui:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah pertanyaan} &= 10 \\ \text{Jumlah responden} &= 60 \\ \text{Jumlah skor maksimum tiap pertanyaan} &= 5 \\ \text{Jumlah skor maksimum} &= 10 \times 60 \times 5 \\ &= 3000 \end{aligned}$$

2. Selanjutnya presentase untuk tiap-tiap pertanyaan dihitung dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Dengan demikian besaran presentase diperoleh:

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Jumlah skor yang dicapai}}{\text{Jumlah skor maksimum}} \times 100\% \\ P &= \frac{2655}{3000} \times 100\% \\ P &= 88.5\% \end{aligned}$$

Uji dari kuesioner perancangan dan pembuatan iklan pada startup Matrash Yogyakarta dengan animasi 2D dapat dilihat bahwa hasil presentase dapat diketahui nilai dari perhitungan total presentase yaitu 88.5%. Ini membuktikan jika dari segmen visualisasi dan informasi video promosi Matrash dinilai sangat baik. Dengan hasil demikian maka video promosi Matrash dinilai layak dipublikasikan karena dapat membantu dan memberikan kemudahan kepada masyarakat umum untuk mengenal startup Matrash.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan maka dapat diambil kesimpulan mengenai perancangan dan pembuatan iklan sebagai media promosi pada startup Matrash menggunakan teknik motion graphic sebagai berikut:

1. Dengan adanya video promosi Matrash memudahkan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat tentang startup Matrash.
2. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang dibagikan dan telah diisi oleh 60 orang secara acak. Didapatkan presentase nilai sebesar 88.5% yang menyatakan video ini termasuk kategori sangat baik dan layak untuk dipublikasikan.
3. Hasil video sudah dipublikasi di akun sosial media resmi startup Matrash.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPM Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberi dukungan financial terhadap kegiatan PKM ini. Selain itu kami ucapkan terimakasih juga kepada mitra kami yaitu MATRASH Yogyakarta yang sudah bersedia bekerjasama dalam menjalankan pengabdian masyarakat ini sehingga dapat berjalan dengan lancar, Semoga kegiatan ini dapat bermanfaat untuk Masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- [1] Safitri, P. A., Purba, W. S., & Zulkifli, M. (2018). Statistik Lingkungan Hidup Indonesia 2018 (N. Iriana, A. Apriyanto, & N. Supriyani, Ed.). Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- [2] Undang-Undang No.18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.
- [3] <https://www.bps.go.id/publication/2018/12/07/d8cbb5465bd1d3138c21fc80/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2018.html>
- [4] Soeprpto, H., & Semuel, H. (2018). Analisa Pengaruh Celebrity Endorsement Credibility Pada Iklan Pocari Sweat Terhadap Brand Image Dan Attitude Towards The Brand. Jurnal Strategi Pemasaran, 5.
- [5] Satria Rusdiansyah & Leonard (2020) Pengembangan Media Pembelajaran Motion Graphic Matematika Berbasis Android pada Siswa Kelas V SD Semester 1.