



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](mailto: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](mailto: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

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

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



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

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

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

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

## PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DESA LEDHOK BLOTAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Monika Pretty Aprilia<sup>1)</sup>,

<sup>1)</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email :monika.aprilia@amikom.ac.id,

### Abstrak

*Ledhok Blotan berawal dari sebuah pedukuhan yang tidak nyaman dihuni oleh warganya karena drainase dan kebiasaan warganya yang gemar membuang sampah sembarangan. Pada 2018, pedukuhan yang terletak di Kelurahan Wedomartani ini mendapatkan bantuan dari pemerintah Kabupaten Sleman untuk memperbaiki infrastruktur termasuk penataan ruang terbuka yang kini menjadi tempat kesukaan warga Yogyakarta dan sekitarnya untuk rekreasi. Sepanjang enam bulan, tim pengusul yang terdiri dari satu orang dosen dan tiga orang mahasiswa akan mendampingi pengelola Ledhok Blotan untuk mengoptimalkan media sosial yang mereka miliki untuk promosi kepada warga Yogyakarta, sekaligus media kehumasan. Media sosial dipilih oleh tim pengusul karena strategi ini tidak memerlukan biaya tinggi. Hal lain yang menjadi pertimbangan tim pengusul adalah, di era digital seperti sekarang, informasi bisa disalurkan dengan menggunakan berbagai kanal yang ada.*

**Kata kunci:** desa wisata, Ledhok Blotan, promosi, media sosial

### 1. PENDAHULUAN

Ledok Blotan berawal dari sebuah pedukuhan (dusun) kumuh yang terletak di Kelurahan Wedomartani, Kecamatan Ngemplak, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebelum ditata oleh pemerintah, pedukuhan ini sangat tidak nyaman untuk dihuni. Jalanan di pemukiman warga tidak memiliki drainase yang layak. Hal ini menyebabkan air meluap di jalanan pemukiman warga ketika hujan. Selain itu, warga Pedukuhan Blotan juga banyak yang memiliki kebiasaan buruk membuang sampah di sembarang tempat atau membakar sampah di halaman rumah. Di padukuhan ini pula ada sungai dan juga hutan kecil yang tidak terawat. Bahkan, dari cerita warga, diungkapkan bahwa hutan dan sungai tersebut menyebabkan nyamuk dan lingkungan pedukuhan tidak sehat.

Pada 2018, dengan program Kota Tanpa Kumuh (Kotaku), Padukuhan yang awalnya tidak nyaman karena drainasenya ditata sedemikian rupa dan kini menjadi hunian yang nyaman untuk warganya. Hutan kecil dan sungai di pedukuhan akhirnya disulap menjadi kawasan terbuka yang bisa dijadikan tempat rekreasi warga sekitar. Ledok Blotan sendiri sebenarnya merupakan hasil dari program penataan ruang terbuka yang diinisiasi oleh Program Kota Tanpa Kumuh (Kotaku) dan didanai oleh Anggaran Pemerintah Belanja Daerah

Kabupaten Sleman 2018. Pemerintah Kabupaten Sleman sendiri menggulirkan 500 juta rupiah untuk pembangunan drainase dan 1,3 milyar rupiah untuk pengembangan tempat wisata (Jogya.com, 2019) [1].

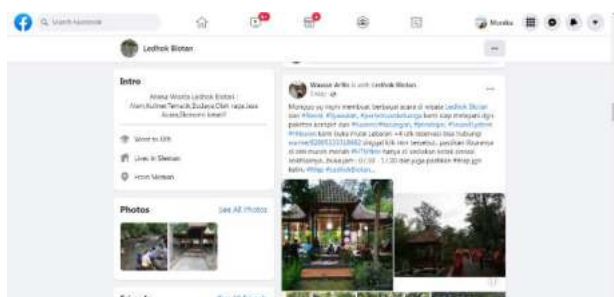
Tujuan diadakannya penataan di Dusun Blotan pada 2018 lalu ini bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi di sana. Dengan dusun yang ditata secara apik dan menarik, diharapkan bisa menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam wawancara dengan *Harian Jogja* pada 2018, diungkapkan oleh Sigit Nuryono (Ketua Paguyuban Ledhok Blotan) bahwa penataan Ledhok Blotan bisa meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian 50 Kepala Keluarga. Beberapa warga Ledhok Blotan ada yang membuka tempat makan dengan aneka masakan khas. Untuk pengunjung tidak ada tiket masuk khusus. Pengunjung cukup membayar parkir sejumlah 5 ribu rupiah saja.

Pengelola Ledhok Blotan, Abdullah Lubis, menjelaskan bahwa sepanjang 2018 hingga awal 2020 terjadi peningkatan jumlah pengunjung. Ledhok Blotan sempat sepi pengunjung di bulan Maret 2020 hingga awal 2021, karena pandemi Covid-19. Penataan Ledhok Blotan membawa dampak positif untuk warga. Selain meningkatkan kesejahteraan, warga juga mulai menyadari pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pengelola, tim pengusul melihat bahwa Ledhok Blotan dikelola dengan cara kekeluargaan. Manajemen ini merupakan cara yang dirasakan paling tepat karena pengelolaan Ledhok Blotan tidak melibatkan pihak swasta dan pemasukan digunakan seoptimal mungkin untuk warga dan operasional desa wisata.

Sepanjang tiga tahun terakhir, ada beberapa media daring yang telah meliput tentang Ledhok Blotan. Informasi yang disampaikan beberapa media tersebut cukup memberikan informasi tentang Ledhok Blotan sebagai desa wisata yang bisa dikunjungi wisatawan. Namun, pengelola belum memikirkan tentang promosi dan branding Ledhok Blotan. Pengelola melihat bahwa promosi membutuhkan biaya yang besar sehingga mereka merasa bahwa informasi yang tersebar dari mulut ke mulut sudah cukup berjalan baik.

Pengelola mengungkapkan bahwa Ledhok Blotan memiliki akun media sosial resmi di Instagram dan Facebook. Sejauh ini media sosial tersebut mereka gunakan sebagai media informasi tentang kegiatan di Ledhok Blotan. Pengelola tidak melihat kegunaan media sosial sebagai media promosi dan juga strategi branding desa wisata dengan biaya murah bahkan mungkin tanpa biaya. Sejauh ini, media sosial masih dikelola dengan seadanya tanpa mempertimbangkan estetika dan juga pesan yang disampaikan kepada pengikut (*follower*) akun media sosial Ledhok Blotan.



Gambar 1.  
Tampilan Facebook desa wisata Ledhok Blotan

Berdasarkan uraian di atas, tim pengusul melihat perlunya *knowledge transfer* terkait dengan strategi promosi dengan media sosial kepada pengelola Ledhok Blotan. Solusi berikutnya adalah memberikan *knowledge transfer* tentang manajemen media sosial dan juga produksi konten sebagai strategi promosi desa wisata. Hal ini bertujuan agar

media sosial yang dimiliki oleh Ledhok Blotan bisa dioptimalkan untuk strategi promosi dan jangka panjangnya, jumlah pengunjung juga bisa meningkat setiap tahunnya.

Dalam berbagai penelitian sebelumnya, disebutkan bahwa kehadiran media sosial sangat membantu strategi promosi desa wisata. Oktaviani dan Fatchiya (2019) menyebutkan dalam penelitian mereka di Umbul Ponggok, bahwa media sosial merupakan media yang efektif dalam memberikan informasi sehingga membuat responden tertarik dan berkeinginan untuk berkunjung [2]. Hal ini juga didukung oleh penelitian Sahabudin dkk (2020) yang membuktikan bahwa penggunaan teknologi komunikasi dan informasi merupakan langkah konkret desa wisata untuk meningkatkan kedatangan pengunjung terutama milenial [3].

Ada dua jenis luaran untuk kegiatan pengabdian masyarakat kali ini. Yang pertama adalah pelatihan dan pendampingan tentang optimalisasi media sosial untuk strategi promosi Ledhok Blotan, kemudian jenis luaran kedua adalah brosur promosi Ledhok Blotan yang nantinya akan diunggah ke media sosial dan dicetak untuk dibagikan kepada pengunjung. Tim pengusul juga berencana untuk mengenalkan bagaimana membuat konten media sosial yang menarik untuk para pengelolanya.

Untuk tahapan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengusul akan melakukan observasi di media sosial dengan konten yang diproduksi oleh tim. Komentar serta berapa "*likes*" yang didapat menjadi catatan penting bagaimana mengoptimalkan media sosial. Tim pengusul juga akan menyebarkan survey kepada pengunjung terkait dengan informasi yang ada di media sosial Ledhok Blotan.



Gambar 2. Suasana di Area Wisata Ledhok Blotan

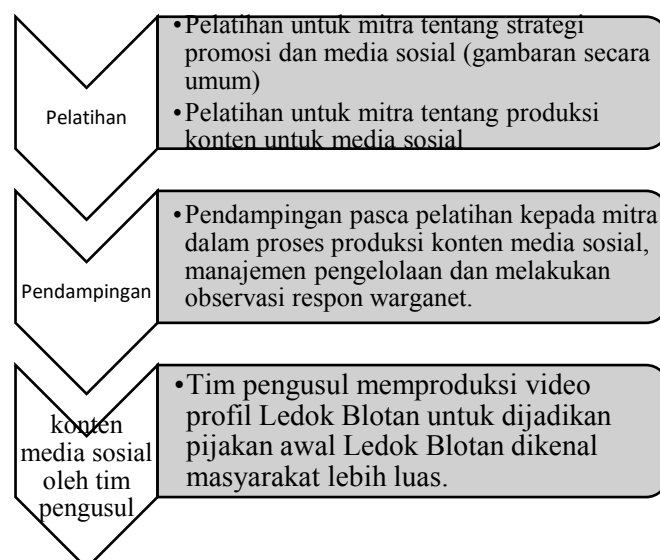
## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat strategi promosi Ledhok Blotan dengan media sosial ini dilakukan dalam beberapa tahap. Metode pelaksanaan tersebut disesuaikan berdasarkan permasalahan yang muncul pada mitra. Permasalahan pertama adalah kurangnya pengetahuan tentang penggunaan media sosial sebagai strategi promosi berbiaya rendah. Permasalahan kedua adalah manajemen pengelolaan media sosial Ledhok Blotan sehingga nantinya media sosial tidak hanya sekadar menjadi media promosi tetapi juga bagian dari media kehumasan Ledhok Blotan.

Langkah pertama sebagai output kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah pengadaan pelatihan tentang media sosial sebagai strategi promosi. Pelatihan akan diadakan sebanyak dua sesi secara luring di Joglo Ledhok Blotan. Sesi pertama materi pelatihan mengangkat tentang pengenalan fungsi media sosial sebagai media promosi. Sesi kedua pelatihan mengangkat tentang cara membuat konten media sosial yang menarik dan informatif terutama untuk desa wisata. Mitra terlibat sebagai peserta dalam pelatihan ini. Sedangkan tim pengusul bertindak sebagai panitia dan pemateri.

Langkah berikutnya adalah pendampingan kepada mitra pasca pelatihan. Mitra akan diminta membuat rencana konten dan juga mengunggahnya ke media sosial Ledhok Blotan. Secara berkala, tim pengusul akan melakukan evaluasi dari respon yang diberikan oleh warganet terkait unggahan mitra.

Langkah berikutnya, tim pengusul berinisiatif untuk memproduksi sebuah brosur sebagai pijakan awal Ledhok Blotan untuk dikenal masyarakat luas. Tim pengusul berharap brosur tersebut memberikan banyak informasi terkait Ledhok Blotan.



Gambar 3. Gambaran iptek

## 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Tim pengabdian melakukan pertemuan dengan para pengurus desa wisata Ledhok Blotan pada 13 Juni 2021. Salah satu mahasiswa yang merupakan anggota tim menghubungi ketua pengurus Abdullah Lubis untuk bertemu dan melakukan koordinasi persiapan pelatihan. Beberapa hal yang dibahas pada saat pertemuan antara lain keluhan pengurus terkait keterbatasan sumber daya manusia. Selain itu, pengurus harian juga mengaku bekerja secara sukarela untuk mengelola desa wisata Ledhok Blotan. Pengelolaan yang masih bersifat sukarela dan tidak menerima bayaran tersebut yang menyebabkan beberapa area promosi tidak digarap dengan optimal. Di antaranya promosi di media sosial yang mereka miliki yaitu Facebook, Instagram dan Youtube.

Permasalahan tersebut kemudian menjadi fokus diskusi pelatihan yang diadakan pada 10 Juli 2021. Pelatihan yang awalnya direncanakan diadakan secara luring ternyata harus diadakan secara daring karena terkendala aturan Pemberlakuan Pembatasan Masyarakat (PPKM). Pelatihan dilaksanakan pada pukul 13.30 hingga 15.30 WIB dengan aplikasi Zoom.

Pelatihan mengangkat tema “Branding Ledhok Blotan sebagai Desa Wisata Andalan Daerah Istimewa Yogyakarta”. Pemateri dalam pelatihan tersebut antara lain penulis sendiri yang memaparkan tentang pentingnya desa wisata melakukan promosi terutama di media sosial. Penulis menyampaikan beberapa hal terkait branding untuk desa wisata. Pertama, tentang konsep branding yang kini tidak hanya dilekatkan pada suatu barang saja melainkan juga jasa. Desa wisata

yang dalam beberapa tahun terakhir menjadi tawaran baru dalam desa wisata kini menjadi bagian penting dari strategi pariwisata Indonesia. Banyak desa wisata di Indonesia yang kini banyak dikunjungi wisatawan dalam negeri maupun mancanegara.



Gambar 4. Pelatihan yang diadakan secara daring

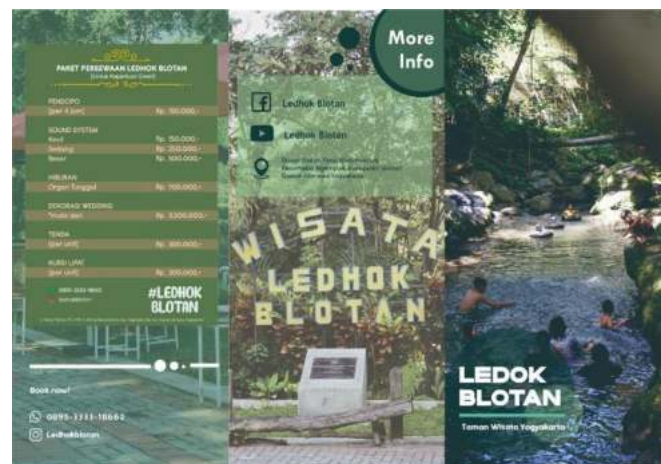
Hal kedua yang disampaikan penulis dalam pelatihan adalah lima langkah utama dalam branding desa wisata. Kelima langkah tersebut antara lain memetakan potensi, mendefinisikan produk andalan, menyelaraskan proses, memperhatikan kelayakan dan kerja kolektif antar anggota [4].

Dalam memetakan potensi, pengelola desa wisata harus bisa melihat potensi apa saja yang bisa digali di desa wisata. Potensi tersebut bisa menarik dan mendatangkan pengunjung. Selain itu, potensi juga bisa digali dengan cara mencari hal yang berbeda dari desa wisata lainnya sehingga bisa menjadi ciri khas. Pada langkah mendefinisikan produk andalan, pengelola harus memahami produk andalan dari desa wisata. Produk tersebut bisa berwujud budaya seperti kesenian daerah atau materiil seperti souvenir dan kuliner khas.

Sedangkan pada langkah menyelaraskan proses, pengelola desa wisata diharapkan untuk menyusun langkah-langkah strategis seperti work plan, rencana jangka menengah serta jangka panjang untuk keberlangsungan desa wisata. Pada langkah memperhatikan kelayakan, pengelola diharapkan mampu untuk membuat standar jasa wisata yang bisa ditawarkan kepada pengunjung. Kelayakan tersebut bisa berwujud standar kebersihan tempat wisata, keamanan dan juga kualitas makanan dan minuman di desa wisata. Untuk langkah terakhir, yaitu kerja kolektif. Dalam kerja kolektif, pengelola desa wisata diharapkan bisa membangun sinergi yang baik antar anggota. Selain itu, diharapkan adanya kerja sama dengan stakeholders seperti pemerintah dan masyarakat untuk mewujudkan desa wisata yang aman dan nyaman.

Pada pelatihan sesi kedua, materi difokuskan tentang bagaimana memproduksi konten media sosial yang menarik. Pembicara pada sesi ini adalah dua orang mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2018. Beberapa materi yang disampaikan antara lain teknik mengambil gambar foto maupun video dengan menggunakan kamera yang ada di *smartphone*. Selain itu, juga disampaikan teknik editing foto sederhana dengan aplikasi PicsArt.

Pelatihan yang juga dihadiri perangkat RT dan RW Ledhok Blotan tersebut ternyata cukup membantu pengelola dalam memproduksi konten media sosial yang menarik. Beberapa orang peserta yang merupakan pengelola desa wisata Ledhok Blotan mengajukan pertanyaan seputar mengambil objek foto agar hasilnya menarik serta tentang aplikasi yang bisa digunakan untuk mengedit foto.



Gambar 5. Brosur Ledhok Blotan sisi A

Selain mengadakan pelatihan, tim pengabdian juga membuat satu buah brosur sebagai contoh materi promosi desa wisata Ledhok Blotan. Brosur diproduksi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta dan berisikan informasi tentang aktivitas yang bisa dilakukan di Ledhok Sambi beserta biaya sewa ruangan semi *out door* di sana.





Gambar 6. Brosur Ledhok Blotan sisi B

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan yang diadakan oleh tim pengabdian masyarakat di Ledhok Blotan pada bulan Juli 2021 lalu merupakan sebuah upaya untuk membantu pengelola mempromosikan desa wisata di media sosial. Meskipun terhalang oleh kerja yang sifatnya masih sukarela dan belum tergolong profesional, pengelola terus mencoba untuk tetap menjalankan promosi desa wisata Ledhok Blotan semampu mereka.

Tim pengabdian masyarakat menjawab permasalahan yang mereka hadapi dengan mengadakan pelatihan mengembangkan konten menarik untuk media sosial desa wisata Ledhok Blotan. Di antaranya tentang pentingnya branding untuk desa wisata dan juga materi terkait teknis yang sifatnya aplikatif untuk pengelola agar bisa membuat konten secara mandiri dengan gawai yang mereka miliki.

#### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPM Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendukung penuh kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada tim pengabdian masyarakat, para mahasiswa Ilmu Komunikasi Arselly Dwi Cahyani dan Farah Nadya Syarifah serta para pengurus desa wisata Ledhok Blotan.

#### Daftar Pustaka

- [1] Harian Jogja. (2019). Ledok Blotan: Satu Lagi Wisata Sungai di Sleman Jogja. <https://jogya.com/ledok-blotan-satu-lagi-wisata-sungai-di-sleman-jogja/>
- [2] Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A, 2019, Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongkok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), p 13-27. <<https://doi.org/10.46937/17201926586>>
- [3] Sahabudin, Arfah, 2020, Tantangan Milenial di Desa Wisata Milenial. *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*, Vol. 2, No. 1, Januari 2020: p 1 – 5.
- [4] Bastaman, A, 2020. Membangun “Village Branding”, Membangun Pariwisata Desa. <https://gemari.id/gemari/2020/4/20/membangun-village-branding-mengembangkan-pariwisata-desa>, diakses 9 Juli 2021.

