



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2022

PROSIDING

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat

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



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 27 November 2021

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

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

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

Penerbit :

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

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



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

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

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

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

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

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

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

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2021

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

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

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'IIYAH 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

PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL TOKO DELAPAN BAKERY

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : fianyudhistira@amikom.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah terjadinya penurunan penjualan yang diakibatkan oleh permintaan masyarakat yang menurun. Kondisi ini mengakibatkan turunnya pendapatan pelaku UMKM. Pada pengabdian masyarakat kali ini diangkat suatu perumusan masalah, bagaimana meningkatkan pemasaran digital melalui foto produk yang menarik. Pengabdian Kepada Masyarakat membantu UMKM khususnya mitra Toko Delapan Bakery dalam rangka meningkatkan penjualan dalam masa pandemi Covid-19, sehingga usahanya bisa berjalan lancar. Oleh karena itu, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami akan memberikan pelatihan foto produk untuk meningkatkan pemasaran digital UMKM Toko Delapan Bakery. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan keahlian karyawan Toko Delapan Bakery sehingga dapat mengoptimalkan promosi produk UMKM melalui foto produk yang menarik..

Kata Kunci : Foto Produk, Toko Delapan Bakery, UMKM, Promosi.

1. PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, UMKM mengalami masa sulit dimana muncul wabah pandemi Covid-19 yang menimbulkan berbagai dampak negatif di semua sisi kehidupan. Wabah pandemi Covid-19 ini muncul pertama kali di Wuhan, China dan kemudian menyebar di seluruh dunia termasuk Indonesia. Dampak virus corona bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal dengan covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi virus corona telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Sebuah studi menyebut jika Covid-19 akan membuat Indonesia mengalami penurunan persentase pertumbuhan ekonomi sebesar 0,1% di tahun 2020. Dampak dari pandemi Covid-19 telah menyebabkan penurunan aktivitas jual beli. Di sisi lain, ekonomi merupakan salah satu faktor penting dalam kehidupan, sebagaimana diketahui bahwa

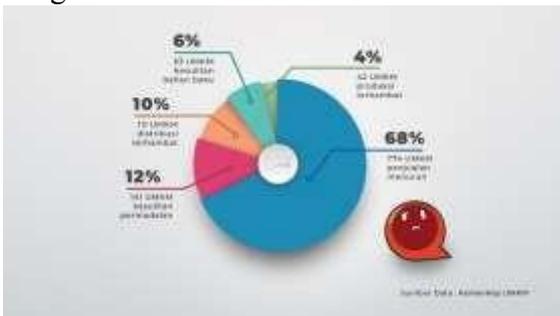
seseorang akan bersinggungan secara langsung dengan kebutuhan ekonomi dalam menjalankan kehidupan (Hanoatubun, 2020). Secara umum, Covid-19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, di mana yang semula sebesar 5,3%, oleh sebagian kalangan memprediksi pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini mencapai 2% (Hadiwardoyo, 2020).

Sembilan dari sepuluh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia mengalami penurunan permintaan terhadap produk mereka selama pandemi Covid-19. Di sisi lain, lebih dari 80% telah mencatat keuntungan yang lebih rendah. Hal itu terungkap dalam laporan oleh United Nations Development Programme (UNDP) dan Institut Penelitian Ekonomi dan Sosial (LPEM) Universitas Indonesia yang diluncurkan pada Kamis (21/1/2021) secara virtual. Laporan tersebut juga makin menegaskan keganasan dan

kedalaman pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia yang mengalami perlambatan pada 2020.¹

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) ada 949 pelaku koperasi UMKM terdampak pandemi. Kemenkop juga mendata hal-hal apa saja yang menjadi permasalahan bagi para pelaku UMKM ini. Seperti yang dapat dilihat pada diagram di bawah ini.

Diagram 1: Permasalahan UMKM



Sumber: Kemenkop UMKM

Dampak dari pandemi Covid-19 juga menyebabkan bahan baku sulit didapat. Kebijakan social distancing yang dipilih pemerintah Indonesia, telah membuat aktivitas produksi terganggu. Beberapa perusahaan mengambil kebijakan work from home, beberapa lagi memutuskan untuk merumahkan karyawannya, misalnya melakukan PHK massal. Efek domino dari badai PHK dan pekerja yang dirumahkan telah membuat penurunan kapasitas produksi mengalami penurunan ekstrem. Mau tidak mau kondisi ini telah menyebabkan bahan baku produksi industri rumah tangga mengalami kelangkaan, atau mengalami kenaikan harga yang ekstrem. Misalnya sektor UKM pembuat kue dan roti dipusung dengan melambungkannya harga telur dan gula pasir. Akibatnya, harga jual produkpun ikut dinaikkan. Pilihan ini tergolong beresiko, mengingat daya beli masyarakat lesu.

Dalam mengatasi kondisi pandemi Covid-19, para pelaku UMKM harus

memikirkan cara dalam melakukan berbagai inovasi untuk menarik minat beli masyarakat salah satunya bagi mitra Toko Delapan Bakery. Toko Delapan Bakery merupakan salah satu UMKM yang terdampak covid-19 yang bergerak dibidang makanan ringan seperti roti, cake, donat, pastery, dll.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini diadakan pada hari, Jumat 25 Juni 2021 di Alembana Coffee. Pelatihan foto produk ini dilakukan dalam bentuk workshop dan praktek langsung dengan produk yang ada di Delapan Bakery. Kegiatan ini dibuka untuk umum terkhusus untuk para pelaku UMKM. Peserta tidak hanya mendapatkan materi pelatihan tapi juga dapat melakukan praktek foto produk dilokasi serta mendapatkan desain *background* yang bisa dicetak dan digunakan untuk foto produk.

Dalam pelaksanaannya kegiatan pengabdian masyarakat ini memaparkan dua materi penting; (i) Materi pembuka yang menjelaskan tentang strategi pentingnya sebuah foto produk dalam menjalankan pemasaran digital. (ii) Materi inti yang mengajarkan bagaimana cara membuat foto produk yang menarik untuk meningkatkan pemasaran digital dan tahapan-tahapannya.

Prosedur kegiatan program pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahapan: (a) studi pendahuluan atau analisa situasi, (b) pelatihan, (c) evaluasi. Perincian kegiatan di masing-masing tahapan diuraikan seperti berikut;

a) Studi Pendahuluan.

Pada tahapan studi pendahuluan akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- 1) Analisa persoalan pada situasi saat ini, apa yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM pada sisi pengetahuan atau keilmuan.
- 2) Melakukan penyusunan rencana kerja dan instrumen pelaksanaan program.

1 [https://www.wartaekonomi.co.id/read323973/survei-80-umkm-
alami-penurunan-pendapatan-selama-pandemi](https://www.wartaekonomi.co.id/read323973/survei-80-umkm-alami-penurunan-pendapatan-selama-pandemi)

- 3) Penetapan tim pelaksana dan uraian kerjanya sesuai kepakaran yang dimiliki.

b) Pelaksanaan.

Pada tahapan pelaksanaan, akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- 1) Promosi mengenai kegiatan dan pembukaan pendaftaran.
- 2) Pemaparan materi foto produk untuk meningkatkan pemasaran digital.
- 3) Praktek membuat foto produk.
- 4) Pembagian desain *background* untuk foto produk

c) Evaluasi.

Pada tahap evaluasi, peserta diminta kesediaan untuk memberikan *feedback* baik itu kepada mitra, narasumber, maupun asisten foto lapangan. Hasil pada tahapan evaluasi akan dijadikan dasar dalam menyusun laporan pelaksanaan program pengabdian.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelatihan foto produk kali ini memiliki judul; Pelatihan foto produk untuk meningkatkan pemasaran digital toko delapan bakery. Peserta yang hadir pada kegiatan kali ini sebanyak 15 peserta dari berbagai macam UMKM. Keresahan peserta terkait dengan foto produk mulai tercerahkan dan teratasi berkat pelatihan ini. Peserta berkesempatan untuk melakukan praktek foto produk secara langsung dengan didampingi oleh ahlinya.



Gambar 1. Situasi Workshop Foto Produk

Kegiatan ini berupa *workshop* atau praktek bersama terkait foto produk untuk menunjang visual yang menarik dalam pemasaran digital delapan bakery. Dalam *workshop* ini toko Delapan Baker sebagai mitra yang menyediakan produknya sebagai objek pelatihan foto. Tujuan pelatihan ini adalah untuk memberikan ilmu

baru kepada para pelaku UMKM guna untuk mengembangkan usaha mereka melalui foto produk yang layak. Pelatihan ini disambut dengan sangat antusias oleh para peserta dengan banyaknya pertanyaan terkait kiat mereka untuk memperbaiki foto produk guna mengembangkan pemasaran mereka.

Para peserta menunjukkan hasil foto mereka masing-masing sebelum mengikuti pelatihan ini. Beberapa dari mereka menunjukkan foto seadanya untuk berjualan, kemudian selain melakukan pelatihan, kami juga melakukan diskusi terkait perbaikan kualitas foto tersebut. Dalam pelatihan ini mula-mula kami belajar mengenai alat-alat yang digunakan untuk foto produk, sehingga persiapan foto betul-betul matang dan hasilpun menjadi maksimal. Berikut adalah beberapa alat-alat yang digunakan untuk memulai sebuah foto produk :

1. Lighting
2. Kamera
3. Properti dan ornamen pendukung foto produk
4. Alas foto

Setelah penjelasan dapat diterima dilanjutkan dengan penjelasan mengenai cara penggunaan kamera, materi yang disampaikan adalah berupa praktek bersama menggunakan kamera yang disediakan, namun dikarenakan keterbatasan jumlah kamera yang disediakan tidak sesuai dengan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan maka praktek dilakukan secara berganti-gantian. Dalam materi ini peserta mempelajari tentang *ISO*, *shutter speed*, dan *aperture* pada kamera, yakni cara penggunaannya dan juga fungsinya sebagai berikut:

a. ISO

ISO, sederhananya adalah sensitivitas sensor gambar di kamera. ISO rendah, seperti ISO 100, berarti sensor gambar kurang sensitif. Jika ISO ditingkatkan, sensor gambar akan menjadi lebih sensitif, memungkinkan untuk mengambil lebih banyak “informasi”, namun, meningkatkan ISO tidak selalu merupakan ide terbaik. Meningkatkan ISO, dan dengan demikian membuat sensor gambar lebih sensitif, dapat berarti kamera mengambil informasi yang tidak

seharusnya diambil, dalam dunia fotografi mereka sering menyebutnya sebagai *noise*.

b. *Shutter Speed*

Kecepatan rana adalah lamanya waktu cahaya jatuh ke sensor kamera. Saat cermin jika DSLR bergerak ke atas, lensa akan membiarkan cahaya jatuh ke sensor kamera, semakin lama kecepatan rana, semakin banyak cahaya yang jatuh ke kamera. Jika kecepatan rana sangat rendah, seperti 1 detik, dikombinasikan dengan apertur atau ISO yang salah, gambar akan benar-benar putih. Ini juga akan bekerja sebaliknya, ketika kecepatan rana yang sangat tinggi dalam situasi cahaya rendah dipilih, tidak dikoreksi dengan ISO dan apertur, gambar akan menghasilkan gambar hitam utuh.

c. *Aperture*

Semakin besar *aperture*, semakin banyak cahaya yang masuk ke lensa kamera; semakin kecil F-stop, misalnya F2.8 dan semakin dangkal depth of field. Ini, jika dikombinasikan dengan fokus yang tepat, dapat menghasilkan latar belakang yang buram. Oleh karena itu, Anda kemungkinan besar ingin menggunakan ini untuk potret dan close up. Namun demikian, karena aperture besar memungkinkan lebih banyak cahaya untuk bergerak melalui lensa, Anda juga ingin menggunakan ini untuk fotografi malam.

Semakin kecil *aperture*, semakin besar F-stop, misalnya F16, semakin dalam depth of field-nya. Ini akan menghasilkan semua item dalam fotografi dalam fokus. Anda kemungkinan besar ingin menggunakan apertur yang lebih kecil untuk fotografi lanskap untuk mendapatkan gambar yang tajam.

Uraian di atas berhasil tersampaikan sebagai teori dasar-dasar fotografi dan dapat diterima dengan baik oleh peserta, ditandai dengan tidak adanya lagi pertanyaan mengenai penjelasan yang disampaikan. Lanjut pada materi selanjutnya yakni praktek fotografi menggunakan objek yang telah disediakan oleh Toko Delapan Bakery.



Gambar 2. Praktek Foto Produk

Dalam praktek ini juga dilakukan konsultasi hasil foto yang diambil masing-masing peserta dan juga oleh penataan makanan yang didampingi oleh juru masak Toko Delapan Bakery. Dalam konsultasi ini terdapat pertanyaan yang sangat banyak diajukan oleh peserta sehingga juga disampaikan materi tentang komposisi untuk menambah pemahaman tentang fotografi produk yakni sebagai berikut :

1. *Rule of third*

Merupakan salah satu komposisi foto paling mendasar dan wajib diketahui oleh fotografer. Aturan ini sangat mudah dipahami. Hanya perlu membagi frame menjadi 9 bagian sama besar. Teknik ini sangat berguna untuk membentuk struktur komposisi sebuah gambar. Kini, mengikuti perkembangan teknologi, beberapa manufaktur menawarkan sebuah rentang garis pada layar display kamera digital untuk membantu fotografer dalam membentuk komposisi sebuah gambar atau foto.

2. Komposisi Foto Simetri

Komposisi foto ini meletakkan objek dan membagi bidang foto sama rata kanan dan kiri sehingga terlihat simetris. Namun, ada kalanya menempatkan subjek di tengah frame dapat menghasilkan foto yang menarik. Bermainlah dengan garis simetris untuk komposisi berpusat. Foto yang dihasilkan biasanya memiliki kesimetrisan antar bagian, atas bawah, ataupun kanan kiri.

3. Framing

Framing adalah membingkai objek utama atau *Point Of Interest (POI)* di kelilingi dengan elemen lain dalam foto. Salah satu manfaat menggunakan framing adalah mata para penonton akan focus pada objek foto. Selain itu framing juga memberikan efek ruang yang tajam pada foto yang dihasilkan.

4. Komposisi Foto Perspektif

Perspektif adalah teknik pengambilan gambar dengan memanfaatkan efek jauh dekat yang dihasilkan oleh lensa sehingga menimbulkan suatu dimensi yang sangat menawan. Prinsip dalam komposisi Perspektif adalah memanfaatkan efek proporsi dan dimensi yang ditimbulkan untuk memperkuat dan mengarahkan mata kita ke POI atau menampilkan perspektif yang berdiri sendiri sebagai bentuk keindahan komposisi. Hal ini bisa kita peroleh dengan pengaturan angle dan jarak yang tepat sehingga bisa mendapatkan foto yang berdimensi.

5. Komposisi *Fill The Frame* (Isi Penuh Bingkai)

Sesuai namanya, untuk mendapatkan teknik komposisi ini, penuh frame foto kita dengan objek. Mendekatlah ke objek dan ambil dari sudut tertentu untuk mendapatkan foto yang kreatif dan menarik. Memenuhi frame dengan objek dan meninggalkan sedikit ruang atau tidak ada ruang sama sekali di sekitar frame dapat menjadi efektif untuk situasi tertentu. Hal ini dapat membuat viewer menjadi benar-benar fokus pada objek utama tanpa adanya hal-hal yang mengganggu.

Teori di atas merupakan dasar yang digunakan dalam praktek fotografi, melalui teori tersebut peserta dapat menimbang estetika yang dihasilkan berdasarkan teknik komposisi yang disampaikan. Berikut adalah hasil gambar yang diambil oleh para peserta setelah mengikuti pelatihan fotografi dengan mitra Toko Delapan Bakery.



Gambar 3. Salah satu hasil foto peserta workshop

Gambar diatas merupakan hasil foto dari salah satu peserta workshop. Dilihat dari hasil peserta dan antusiasme peserta saat praktek foto. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan workshop foto produk sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha. Harapannya agar diadakan kegiatan seperti ini secara berkala agar kemampuan foto produk bisa meningkat lebih baik.

4. KESIMPULAN

Dalam mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan UMKM pasca pandemi Covid-19 diperlukan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Optimisme pelaku usaha untuk bangkit kembali melanjutkan dan meningkatkan usaha mereka dari strategi manajemen bisnis (Fitriyani, 2020).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan dalam beberapa poin:

- 1) Secara general kegiatan ini berjalan dengan baik sesuai harapan dan dapat memberikan dampak positif bagi para peserta.
- 2) Peserta mendapatkan (*insight*) wawasan baru dan mampu foto produk yang menarik untuk keperluan promosi digital melalui sosial media.
- 3) Peserta merasa sangat terbantu karena melalui kegiatan ini peserta bisa merasakan secara langsung praktek foto produk dan mengetahui tips dan trick dalam foto produk,
- 4) Peserta mendapatkan desain background yang dapat dicetak untuk alas foto agar foto lebih menarik.

- 5) Peserta mengharapkan adanya kegiatan ini yang berkelanjutan.

Dari tanggapan dan pertanyaan peserta pengabdian, dalam hal ini peserta pelatihan foto produk untuk meningkatkan pemasaran digital Toko Delapan Bakery. Maka saran yang dapat diberikan adalah agar pelaku UMKM dapat terus melatih diri dalam membuat foto produk serta sering melihat referensi foto produk yang baik agar foto produk tidak monoton

Ucapan Terimakasih

Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat; LPM Universitas Amikom Yogyakarta, dan Toko Delapan Bakery, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*. Retrieved from https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20200805114633.pdf
- [2] Darmaprawira, sulasmi. (2002). *Warna : Teori dan Kreativitas Penggunaanya*. Edisi kedua. Bandung: Penerbit ITB
- [3] Fitriyani, I. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.15797/com.2019..23.009>
- [4] Hadi, S., dan S. (2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta. *Xi'an Jianshu Keji Daxue Xuebao/Journal of Xi'an University of Architecture & Technolog*, 12(4), 4068–4076. <https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.37896%2FJXAT12.04%2F1149>
- [5] Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Press Conference; Langkah Penguatan Perlindungan Sosial Dan Stimulus Ekonomi Menghadapi Dampak Covid-19*. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/media/14790/materi-konferensi-pers-1-april-2020.pdf>
- [6] Rani Umami Fadila. (2020). 1.785 Koperasi dan 163.713 UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01379615/1785-koperasi-dan-163713-umkm-terdampak-pandemi-covid-19>
- [7] Slamet, R., Nainggolan, B., & Ramdani, H. (2016). *Development Strategy Of Digital Start Up To*. 136–147.
- [8] Soelarko, RM. (1990). *Komposisi Fotografi*. Bandung : Balai Pustaka
- [9] Tjiang, Herry. (2015). *7 Hari Belajar Fotografi*. Jakarta : KPG