



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 AISIYAH 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 Sukestyastama 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

Pelatihan Fotografi Produk dengan Smart Phone dalam Rangka Peningkatan Kompetensi Komunikasi Pemasaran Pelaku UMKM Mundu Saren

Riski Damastuti

*Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : riskidamastuti@amikom.ac.id*

Abstrak

Visualisasi merupakan salah satu hal penting dalam komunikasi pemasaran. Salah satu bentuk visualisasi yang jamak ditemui dalam komunikasi pemasaran UMKM adalah foto produk. Foto produk menjadi penting karena sebuah foto dapat menjadi sarana informasi dan persuasi bagi konsumen.

Pelaku UMKM Mundu Saren yang menjadi mitra dalam pengabdian ini merupakan ibu – ibu yang tergabung dalam komunitas arisan RT 5 Mundu Saren. Pelaku UMKM Mundu Saren memiliki produk yang beraneka ragam, mulai dari fashion, makanan siap saji, hingga makanan beku. Selama pandemi, para pelaku UMKM Mundu Saren mulai beradaptasi dengan platform digital, seperti berjualan melalui aplikasi online seperti go food dan grab food, memasarkan produk melalui whatsapp group dan whatsapp status, maupun berjualan melalui media sosial seperti instagram maupun facebook.

Kemampuan beradaptasi dengan platform digital tentunya harus diimbangi dengan keahlian dalam mempresentasikan produk secara visual. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, keahlian pelaku UMKM Mundu Saren untuk mempresentasikan produk secara visual masih belum maksimal karena berbagai kendala, terutama kendala ketersediaan sarana. Melihat permasalahan tersebut, maka dirasa perlu untuk membuat kegiatan “Pelatihan Fotografi Produk dengan Smart Phone dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Komunikasi Pemasaran Pelaku UMKM Mundu Saren”. Dari pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM Mundu Saren dapat meningkatkan kompetensi komunikasi pemasarannya.

Kata kunci: *Phone Photography, Foto Produk UMKM, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial*

1) PENDAHULUAN

Covid – 19 memberikan berbagai dampak perubahan pada masyarakat, terutama dalam hal yang berkaitan dengan gaya hidup dan kebiasaan masyarakat. Sejak pandemi Covid – 19 hingga fase new normal, masyarakat mulai beradaptasi dengan mengalihkan segala aktivitas luring menjadi aktivitas daring, baik aktivitas belajar mengajar, bersosialisasi, bahkan aktivitas jual beli. Hal ini terbukti dari data yang diperoleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, bahwa pengguna internet meningkat sebanyak 73,7% selama periode tahun 2018 hingga kuartal II tahun 2020 (Pertiwi, 2020).

Aktivitas jual beli dan komunikasi pemasaran tak lepas dari perubahan gaya hidup dan kebiasaan masyarakat selama pandemi. Aktivitas jual beli yang mulanya dilakukan dalam pasar yang berinteraksi langsung beralih ke platform pasar digital. Kominfo merilis data yang menyatakan bahwa aktivitas belanja online meningkat sebanyak

400% selama pandemi Covid – 19 (Septalisma, 2020).

Perubahan kebiasaan belanja masyarakat ke platform digital menyebabkan pelaku usaha dari berbagai skala usaha perlu untuk memahami dan mengerti pentingnya berbagai konteks komunikasi pemasaran digital. Strategi yang dilakukan pemerintah untuk mendukung perkembangan UMKM dalam platform digital adalah dengan meningkatkan data saing pelaku UMKM dalam lingkup jangka panjang, salah satunya dengan pemanfaatan digitalisasi (Santoso, 2020). Bahkan Pemerintah Kota Yogyakarta membuat berbagai pelatihan komunikasi pemasaran digital dan membuat e-commerce khusus produk UMKM di Yogyakarta yang terintegrasi dengan website Pemerintah Kota Yogyakarta (Nurdiyansyah, 2021).

Berbagai pelatihan branding dan komunikasi pemasaran tentunya perlu didukung dengan pelatihan kompetensi fotografi produk bagi pelaku UMKM. Foto produk merupakan salah satu elemen

visual yang penting dalam komunikasi pemasaran digital. Foto – foto produk yang ditampilkan dalam berbagai platform digital layaknya etalase pada pemasaran konvensional. Foto yang menarik tentunya dapat menarik dan mempersuasi konsumen atas pesan yang disampaikan.

Sebelum merencanakan pelatihan foto produk menggunakan smart phone, pengabdian melakukan observasi pada beberapa akun digital pelaku UMKM Mundu Saren. Observasi dilakukan dengan melihat foto – foto yang digunakan dalam pemasarannya.



Gambar 1.
Implementasi Foto Produk Pada Pelaku UMKM Mundu Saren

Dari gambar diatas, terlihat praktik foto produk yang dilakukan oleh mitra belum maksimal. Perkembangan teknologi dan semakin ketatnya persaingan menyebabkan pentingnya pelaku UMKM untuk memiliki kompetensi foto produk, walaupun dengan sarana yang terbatas. Smart Phone merupakan salah satu alat yang jamak digunakan oleh pelaku UMKM Mundu Saren dalam melakukan foto produknya. Dari paparan diatas, maka dirasa perlu untuk membuat kegiatan “Pelatihan Fotografi Produk dengan Smart Phone dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Komunikasi Pemasaran Pelaku UMKM Mundu Saren”. Dari pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM Mundu Saren dapat memaksimalkan smart phone sebagai alat untuk membuat foto produk serta meningkatkan kompetensi komunikasi pemasarannya, terutama fotografi produk.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara luring dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Kegiatan ini dilakukan dengan jumlah orang terbatas yang dipilih berdasarkan kesediaan mengikuti pelatihan dari awal hingga akhir, kesediaan smart phone mitra, serta komitmen untuk mengimplementasikan pengetahuan yang didapatkan selama aktivitas pelatihan. Komitmen untuk mengimplementasikan pengetahuan yang didapat selama pelatihan menjadi salah satu syarat keikutsertaan dalam pelatihan merupakan salah satu upaya untuk memantau keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini.

Dalam menentukan peserta pelatihan, ditetapkan beberapa syarat supaya pelatihan yang dilaksanakan tepat guna. Persyaratan tersebut diantara lain:

- 1) Memiliki usaha UMKM
- 2) Memiliki smart phone
- 3) Memiliki akun media sosial
- 4) Bersedia membawa produk dan peralatan rumah yang biasa digunakan dalam mengambil foto produk

Setelah melakukan survey dan wawancara kepada pengurus RT setempat, ditetapkan 5 orang peserta yang masing – masing merupakan pelaku usaha UMKM.

Perancangan metode pelaksanaan didasarkan pada permasalahan yang ditemui, secara singkat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 1.
Metode Pelaksanaan

Permasalahan	Metode Pelaksanaan	Partisipasi Mitra
Kurangnya pengetahuan mitra terkait pentingnya foto produk dalam komunikasi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tim menyiapkan materi yang akan dibagikan • Penjelasan materi • Diskusi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra menganalisis praktek foto produk yang selama ini dilakukan, serta membandingkan dengan kondisi ideal dari foto produk yang seharusnya dilakukan • Mitra menganalisis praktek foto produk yang

		<p>dilakukan brand lokal sebagai upaya menambah pengetahuan dan kreatifitas</p> <p>Tanya jawab</p>
<p>Kurangnya kompetensi mitra terkait penggunaan smar tphone sebagai alat fotografi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tim menyiapkan materi yang akan dibagikan • Penjelasan materi • Diskusi • Praktek 	<ul style="list-style-type: none"> • Narasumber memberikan pejelasan dan praktik langkah pembuatan foto produk dengan smart phone • Praktek mandiri pembuatan foto produk dengan smart phone • Tanya jawab

Dalam implementasi kegiatan, pemateri membagikan materi terkait fotografi produk kepada mitra, mejelaskan materi dan mengajak mitra untuk melakukan diskusi lalu melakukan analisis terhadap foto – foto produk yang dilakukan oleh merek lokal. Diskusi yang dilakukan merupakan salah satu cara untuk mengukur pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan. Setelah pemberian materi, dilakukan praktek fotografi produk, sehingga mitra diharapkan bisa melakukan foto produk menggunakan smart phone secara mandiri setelah program pelatihan berakhir. Setelah program pelatihan berakhir, pemateri melakukan monitoring terhadap implementasi materi pelatihan dan melakukan pendampingan selama kurang lebih satu bulan pada tiap peserta.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan fotografi produk pada pelaku UMKM Mundu Saren. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah pada tanggal 25 Agustus 2021. Tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat diringkas menjadi 4 tahap, yaitu:

- 1) Wawancara yang dilakukan sebelum memulai pelatihan

- 2) Pemberian materi teoritis dan diskusi contoh kasus
- 3) Praktik
- 4) Diskusi akhir sesi

Wawancara yang dilakukan sebelum pelatihan bertujuan untuk mengetahui kondisi dan kompetensi awal dari para pelaku wirausaha. Dalam wawancara tersebut diketahui bahwa seluruh peserta tidak memiliki kamera digital dan selalu menggunakan smart phone dalam mengambil foto produknya. Peralatan yang digunakanpun masih sangat sederhana, seperti: menggunakan lampu belajar untuk mendapatkan lighting yang bagus, tidak menggunakan tripod sehingga gambar maupun video yang dihasilkan kurang stabil. Selain itu, peserta pelatihan juga tidak menguasai penggunaan aplikasi editor foto, sehingga gambar yang diunggah masih berupa file langsung dari kamera smartphone.

Dari hasil temuan tersebut, pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah dengan melakukan edukasi teoritis dan praktis yang fokus pada pengenalan dasar fotografi produk dan editing. Pelaksanaan pelatihan diisi oleh praktisi bidang fotografi.

Pada pengenalan dasar fotografi produk, terdapat beberapa hal yang dibahas, yaitu:

- 1) Mencari pencahayaan alami
- 2) The Rule Of Third dalam fotografi
- 3) Komposisi warna dalam foto produk

Sedangkan dalam materi pembelajaran editing foto, terdapat beberapa hal yang dibahas, yaitu:

- 1) Pentingnya editing dalam foto produk
- 2) Mengedit komposisi warna foto produk
- 3) Aplikasi – aplikasi android maupun ios yang mudah digunakan



Gambar 2.
Alat – alat Dasar dalam Foto Produk

Dalam pelaksanaan praktik, setiap peserta mendapatkan tugas untuk membuat foto produknya masing – masing. Pada sesi praktik, peserta menggunakan alat – alat yang dimiliki dirumah, sehingga akan memudahkan peserta dalam

melakukan foto produk setelah pelatihan selesai. Setelah melakukan sesi praktik, peserta dipandu dalam praktik editing foto.



Gambar 3.
Pendampingan Praktik Foto Produk



Gambar 4.
Hasil Foto Setelah Materi Editing Foto

Tahap akhir dalam pelatihan ini adalah sesi diskusi. Sesi diskusi akhir merupakan tahap untuk mengetahui penyerapan materi pada peserta pelatihan, serta sebagai cara untuk mengetahui hambatan yang dialami peserta selama melakukan praktik foto produk.

4. KESIMPULAN

Transformasi digital perlu dilakukan di berbagai bidang, termasuk UMKM. Dari wawancara dan kegiatan yang dilakukan dalam pelatihan ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran digital memudahkan pelaku UMKM untuk berjualan di masa pandemi. Konsumen tertarik dengan produk melalui berbagai foto yang diunggah oleh penjual di media digital.

Para pelaku UMKM memahami pentingnya foto produk, namun belum memahami cara membuat foto yang baik. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan alat yang digunakan.

Dari penelitian ini, diketahui bahwa literasi digital dalam konteks komunikasi pemasaran pelaku UMKM masih kurang, sehingga diperlukan sinergi dari pemerintah, akademisi, serta praktisi dalam membina pelaku UMKM.

Ucapan Terimakasih

Dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pengabdian mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi pengabdian. Selain itu, tak lupa pengabdian mengucapkan terimakasih kepada warga Mundu Saren yang telah menjadi peserta pelatihan yang kooperatif.

Daftar Pustaka

- Nurdiyansyah, H. (2021, April 14). *Intensifkan Pelatihan Penjualan Digital Bagi UMKM*. Retrieved from antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/1650910/diy-intensifkan-pelatihan-penjualan-digital-bagi-umkm>
- Pertiwi, W. K. (2020, November 10). *Pengguna Internet Indonesia Mendekati Angka 200 Juta*. Retrieved from tekno.kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta?page=all>
- Santoso, Y. I. (2020, Agustus 11). *Begini cara pemerintah bantu promosi produk UMKM*.

Retrieved from nasional.kontan.co.id:
<https://nasional.kontan.co.id/news/begini-cara-pemerintah-bantu-promosi-produk-umkm>

Septalisma, B. (2020, Juli 7). *Belanja Online Naik 400 Persen Saat Musim Corona*. Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/belanja-online-naik-400-persen-saat-musim-corona](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/belanja-online-naik-400-persen-saat-musim-corona)

