



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

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

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

PENGLOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS Widiyana Riasasi	477-481
APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati	482-487
STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI) Yusuf Amri Amrullah	488-493
PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IYYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid	494-499
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19 Dwi Nurani	500-505
WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH" Rumini	506-511
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi	512-517
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI Achimah Sidauruk	518-523
PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA Ahlihi Masruro	524-529
PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM Andika Agus Slameto	530-535
PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK Muhammad Tofa 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

PENANDA KAWASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGUATAN IDENTITAS KAWASAN DESA WISATA SIDOWARNO

Rhisa Aidilla Suprpto¹⁾, Seftina Kuswardini²⁾

¹⁾ Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas AMIKOM Yogyakarta

²⁾ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : rhisaaidilla@amikom.ac.id¹⁾, seftina@amikom.ac.id²⁾

Abstrak

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk pembuatan penanda kawasan sebagai media promosi dan penguatan identitas kawasan Desa Wisata Sidowarno dimaksudkan untuk meningkatkan kondisi desa wisata yang dalam beberapa tahun terakhir ini berjuang untuk tetap eksis ditengah kondisi pandemi. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat menguatkan identitas desa wisata ini. Selain itu tahapan proses edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, akan pentingnya penanda kawasan hingga penyusunan strategi untuk meningkatkan daya tarik objek dan pariwisata pada kawasan yang dimaksud ditujukan sebagai wujud akademisi untuk membantu meningkatkan kapasitas dan peran serta masyarakat peduli dalam pengembangan pariwisata. Sehingga melalui kegiatan ini yang juga melibatkan kelompok peduli wisata secara partisipatif diharapkan mampu membawa keberlanjutan dalam kegiatan pariwisata khususnya di Desa Wisata Sidowarno Kabupaten Klaten..

Kata Kunci: pemberdayaan, desa wisata, pemetaan

1. PENDAHULUAN

Kemenparekraf menargetkan sebanyak 244 desa wisata telah tersertifikasi sebagai desa wisata mandiri di tahun 2024, dimana target tersebut merupakan bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Hal tersebut disinggung pada bulan April lalu dalam acara Launching Anugerah Desa Wisata 2021 oleh Bapak Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan beliau juga menyampaikan harapannya berharap desa wisata dapat menjadi lokomotif meningkatkan perekonomian khususnya pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Desa Wisata umumnya dikembangkan dari inisiasi komunitas ataupun masyarakat peduli yang berada pada lokasi tersebut. Dalam menjaga keberlanjutannya diperlukan dukungan berbagai pihak, khususnya dalam peningkatan dan penguatan kapasitas relawan yang menjadi penggerak desa wisata, khususnya yang tidak mempunyai latar belakang keilmuan berkaitan dengan perencanaan dan pengembangan pariwisata.

Berbicara tentang kawasan wisata tentunya tidak terlepas pada komponen amenitis, salah satunya adalah signage. Signage yang dimaksudkan dalam pembahasan ini adalah petunjuk arah yang digunakan untuk memperjelas lokasi yang menjadi atraksi wisata. Idealnya signage sebagai petunjuk arah, ditempatkan pada lokasi menjadi titik-titik strategis pada desa wisata. Sehingga penempatan signage tersebut akan membantu memudahkan wisatawan yang akan berkunjung pada desa wisata, khususnya bagi pertama kali berkunjung pada lokasi tersebut. Penempatan Signage pada desa wisata bermanfaat untuk menjadi salah satu media yang akan memberikan informasi tentang petunjuk atraksi kegiatan wisata, peringatan, ataupun bahkan larangan untuk menjaga keberlanjutan suatu desa wisata. Secara lebih rinci bentuk signage atau dikenal juga dengan istilah tetenger sangat beragam, dapat berupa gapura yang menjadi pintu masuk dan keluar dari desa wisata, papan nama jalan hingga papan informasi mengenai peta lokasi ataupun informasi tentang aktivitas dan fasilitas yang disediakan pada desa wisata. Dalam menempatkan signage perlu

adanya perencanaan yang terintegrasi dengan pengembangan desa wisata, supaya nantinya signage juga dapat bermanfaat sebagai alat komunikatif bagi masyarakat sekitar atau pendatang yang kebetulan melalui lokasi desa wisata dapat mengetahui keberadaan desa wisata. Selain itu, dalam menempatkan signage juga perlu dipertimbangkan desain atau rancangan dari tetenger yang dibuat. Tidak hanya sebatas penanda yang terlihat besar tetapi keunikan dari signage yang dapat menarik orang untuk antusias berkunjung ke lokasi desa wisata juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Bahkan tinggi rendah bentuk penanda dan posisi penempatannya perlu juga memperhatikan jarak pandang yang nyaman ketika pengunjung sedang berada dalam kendaraan. Jenis tulisan dan informasi yang ingin disertakan pada signage pun perlu dirumuskan dengan matang supaya memberikan informasi yang tepat. Oleh karena itu, melibatkan pakar atau akademisi yang memahami perihal ini dalam perencanaan dan perancangan desa wisata tentunya diperlukan untuk membantu membangun eksistensi desa wisata.

Kebutuhan akan signage sebagai sistem informasi pada desa wisata pun semakin berkembang di kondisi pandemi ini. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung secara mandiri dengan kendaraan pribadi. Oleh karena itu, perlu juga dipertimbangkan untuk mengintegrasikan lokasi penempatan signage dengan penambahan tagging pada aplikasi peta yang umum digunakan seperti googlemap. Bahkan ketika saat ini para penggerak desa wisata pun mulai merancang kegiatan wisata virtual melalui berbagai platform media sosial. Terkait hal ini, peranan signage pun akan semakin terlihat yaitu untuk menunjukkan atau sebagai simbol dimulainya lokasi desa wisata hingga berakhirnya kegiatan pada lokasi desa wisata. Tentunya untuk merealisasikan hal ini memerlukan kolaborasi banyak pihak, supaya pengembangan desa wisata dapat dilakukan secara komprehensif untuk menjaga eksistensinya supaya dapat sesuai dengan harapan Menparekraf yaitu desa wisata dapat menjadi pendongkrak perekonomian kedepannya.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode Berikut adalah metode pelaksanaan kegiatan yang disesuaikan dengan permasalahan dan target luaran.

2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi dan edukasi tentang pemanasan global tersebut dilaksanakan dari mulai bulan Juli 2021 hingga November 2021 dengan sasaran relawan dari kelompok peduli Dukuh Butuh, Desa Sidowarno, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Klaten. Adapun pelaksanaan kegiatan diskusi dilakukan di rumah salah satu relawan kelompok tersebut.

2.2 Metode Pelaksanaan

Berikut ini uraian metode pelaksanaan melalui table yang menunjukkan permasalahan lembaga terkait dan solusi yang ditawarkan yang mana akan diwujudkan dalam sebuah kegiatan.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Jenis Kegiatan
1.	Belum memiliki peta sebaran penanda kawasan	Dapat memetakan lokasi strategis untuk menempatkan penanda kawasan	Peta penanda kawasan
2.	Belum memiliki desain penanda kawasan	Memiliki desain prototype penanda kawasan	Desain Penanda kawasan
3.	Belum memiliki penanda kawasan	Memiliki prototype penanda kawasan	Prototype Penanda kawasan Desa Wisata
4.	Belum memiliki strategi promosi desa wisata	memiliki strategi promosi desa wisata	strategi promosi desa wisata

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun bentuk dan hasil pembahasan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain sebagai berikut:

3.1 Fokus Grup Diskusi (FGD)

Dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, kegiatan pertama yang kami laksanakan adalah berdiskusi di dengan para stakeholder yang terlibat dalam kegiatan ini, dimana pada kegiatan tersebut

dihadiri oleh tim dosen pengabdian masyarakat, perwakilan kelompok peduli wisata yang akan menjadi mitra kegiatan serta staff program CSR Astra yang menjembatani proses kolaborasi kegiatan pengabdian masyarakat dari Universitas Amikom Yogyakarta.



Gambar 1. Proses FGD

3.2 Pemetaan

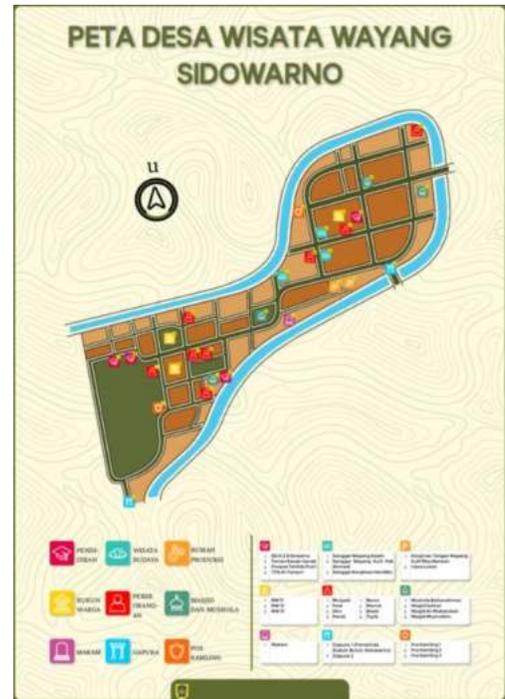
Pada tahapan ini kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan mengenai pemetaan kawasan dan transek (penelusuran lingkungan) untuk melihat kondisi eksisting Desa Wisata Wayang. Melalui kegiatan ini dihasilkan beberapa peta tematik Dukuh Butuh, Desa Sidowarno.



Gambar 2. Peta eksisting Desa Wisata Wayang

3.3 Menyusun desain Penanda Kawasan

Merancang penanda kawasan desa wisata merupakan tahapan akhir dalam rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Wayang Sidowarno. Hal ini menjadi bagian terpenting dikarenakan dapat membantu menguraikan salah satu permasalahan desa ini dalam mengembangkan kegiatan Kampung Wisata.



Gambar 6. Desain penanda kawasan

Adapun rancangan penanda kawasan Wisata Wayang Sidowarno, divisualisasikan melalui gambar berikut diatas. Pada gambar pertama merupakan peta lokasi yang juga berfungsi sebagai petunjuk kawasan. Hal ini disebabkan belum ada peta desa yang juga berfungsi sebagai peta wisata supaya

wisatawan yang berkunjung tidak kesulitan untuk menemukan spot kegiatan wisata.

Sementara pada gambar kedua adalah visualisasi proses pembuatan wayang yang juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi bagi pengunjung wisata yang ingin belajar mengenai rangkaian proses produksi wayang kulit.. Kami merekomendasikan untuk meletakkan penanda utama kawasan pada area lokasi atau spot strategis yang menjadi titik awal kegiatan wisata untuk menjadi daya ungkit minat wisatawan untuk menjelajahi kampung wisata.

3.4 Menyusun Strategi Promos Desa Wisata



Gambar 7. Strategi Promosi Desa Wisata

Pada tahap akhir kegiatan adalah menyusun strategi promosi desa wisata guna meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke lokasi ini tidak hanya untuk membeli wayang kulit ataupun belajar mengenai sejarah dan proses pembuatan wayang, tetapi juga untuk lebih mengenal potensi-potensi lain yang ada di Desa Wisata Wayang Sidowarno.

3.5 Hasil Kegiatan

Setelah melalui semua tahapan kegiatan yang direncanakan pada Kegiatan Pengabdian Masyarakat Desa Wisata Wayang Sidowarno., maka kami dapat menyampaikan hasil dan capaian dari kegiatan tersebut antara lain yaitu :

1. Proses pemahaman mengenai penanda kawasan desa wisata berjalan dengan baik, sehingga dari kegiatan ini dapat dihasilkan prototype desain penanda kawasan.
2. Kegiatan pemetaan berjalan dengan maksimal, sehingga dapat menghasilkan peta kawasan yang juga menjelaskan kondisi eksisting, sebaran aktivitas.
3. Pada kegiatan diskusi mengenai promosi desa wisata juga memberikan feedback yang cukup baik bagi keberlanjutan kelompok peduli wisata Sidowarno dalam mengembangkan Strategi Promos Desa Wisata.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah kami laksanakan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Desa Wisata yang dikembangkan dari inisiasi komunitas ataupun masyarakat peduli, sangat memerlukan dukungan berbagai pihak untuk mendukung keberlanjutan, terutama dari institusi akademisi. Hal ini dikarenakan unsur akademisi umumnya mampu memberikan peningkatan dan penguatan kapasitas para relawan desa wisata, khususnya yang tidak mempunyai latar belakang keilmuan berkaitan dengan pariwisata.
2. pemetaan kawasan desa wisata dan FGD sangat penting dilakukan terutama ketika desa wisata terdampak munculnya pandemi global.

4.2. Saran

Dengan mempertimbangkan proses, hasil dan kesimpulan yang telah kami sampaikan dalam laporan ini maka kami bermaksud untuk memberikan saran untuk kegiatan yang sejenis yaitu, akan lebih baik jika kegiatan seperti ini dapat dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini

dikarenakan kegiatan perencanaan juga membutuhkan proses monitoring dan evaluasi kedepannya, supaya dapat diketahui sejauh mana keberhasilan perencanaan dapat diimplementasikan, sehingga apabila hal-hal yang telah direncanakan dengan baik pada awalnya dapat dikaji kembali sehingga diperoleh perencanaan yang dapat diimplementasikan dan memberikan dampak positif bagi perkembangan kawasan.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih terhaturkan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mendukung selama proses ini berlangsung. Semoga apa yang kami lakukan memberikan perspektif yang baru bagi para akademisi dan juga bagi para kelompok masyarakat peduli wisata khususnya dalam memajukan desa wisata yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat..

Daftar Pustaka

- [1] Brahmantyo Budi, Warta Pariwisata Vol. 10 No. 2 Okt 2008, Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) ITB.
- [2] Ni Nyoman Ayu, Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung, Jurnal Jumpa Volume 2 Nomor 2 Januari 2016
- [3] Tim Studi dan Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif, Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Arsitektur
- [4] Nasional 2015-2019, PT. Republik Solusi, 2015
- [5] <https://media.neliti.com/media/publications/13460-ID-potensi-desa-melalui-pariwisata-pedesaan.pdf>, diakses pada 1 Maret 2018
- [6] <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/MKP/article/download/2526/1857>, diakses pada 1 Maret 2018

