

Perancangan Company Profile Desa Dan Konten Digital Umkm Di Desa Tawangsari, Kecamatan Teras, Boyolali

¹Prasetyo Punto Wicaksono, ²Emmanuel Sahna Nugraha Yoga Pratama, ³Aditya Imam Mahdi, ⁴Abdullah Nanda Ramadhani, ^{5*}Febrianta Surya Nugraha

Informatika, STMIK AMIKOM Surakarta¹²³⁴⁵

*Email: ubingg@gmail.com

ABSTRAK

Desa Tawangsari adalah salah satu Desa yang terletak di Kabupaten Boyolali yang memiliki potensi Mulai dari pengelolaan orang difabel, adanya UMKM, pemanfaatan lahan oleh Petani, sampai adanya wisata alam dan buatan. Namun kenyataannya setelah terjadinya pandemi *covid-19* membuat Desa ini mengalami penurunan baik dari wisatawan sampai kemakmuran para pengelola UMKM. Meskipun pandemi *covid-19* telah usai potensi alam yang telah diciptakan tersebut belum bisa lagi mengundang daya tarik masyarakat umum untuk berkunjung. Beberapa permasalahan yang dapat digali berdasarkan hasil observasi, maupun wawancara adalah Kurangnya media promosi di Desa Tawangsari dalam bidang UMKM dan Pariwisata. Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan dan pembuatan produk terkait konten digital. Dari pelaksanaan kegiatan dapat disimpulkan tim pelaksana telah mampu untuk bekerja sama dengan baik dan dengan dukungan Masyarakat dan pemerintah Desa Tawangsari berhasil melaksanakan kegiatan yang diprogramkan, baik yang merupakan program utama maupun yang program tambahan. Dengan adanya kegiatan ini, terciptanya sebuah video profil Desa dan konten digital UMKM Desa. Yang kini berhasil diimplementasikan dan menjadi alternatif kepada masyarakat Desa Tawangsari. Dan masyarakat mendapat *feedback* dalam hal promosi untuk memperkenalkan Desa Tawangsari dari segi wisata dan UMKM yang ada di Desa Tawangsari dan merupakan terobosan yang bagus untuk masyarakat umum.

Kata kunci : Multimedia, Konten Digital, Desa

ABSTRACT

Tawangsari Village is one of the villages located in Boyolali Regency which has potential starting from the management of people with disabilities, the existence of UMKM, land use by farmers, to the existence of natural and artificial tourism. However, in reality, after the outbreak of the Covid-19 pandemic, this village experienced a decline, both from tourists to the prosperity of UMKM managers. Even though the Covid-19 pandemic is over, the natural potential that has been created cannot yet attract the general public to visit. Some of the problems that can be explored based on the results of observations and interviews are the lack of promotional media in Tawangsari Village in the fields of UMKM and Tourism. The method of implementing the activities carried out is mentoring and making products related to digital content. From the implementation of the activities, it can be concluded that the implementing team has been able to work well together and with the support of the community and the Tawangsari Village government, they have succeeded in carrying out the programmed activities, both those which are the main program and those that are additional programs. With this activity, a Village profile video and Village UMKM digital content was created. Which has now been successfully implemented and has become an alternative for the

people of Tawangsari Village. And the community received feedback in terms of promotion to introduce Tawangsari Village in terms of tourism and UMKM in Tawangsari Village and was a good breakthrough for the general public.

Keywords: *Multimedia, Digital Content, Village*

PENDAHULUAN

Desa di Indonesia sangatlah beragam dengan berbagai karakteristik dan keanekaragaman yang tersimpan di dalamnya. Semuanya merupakan suatu potensi lokal yang selama ini banyak terlupakan oleh pemerintah Desa khususnya. Sumber daya alam yang melimpah dengan berbagai hasil bumi yang beragam (*geography*), sumber daya manusia dari warga masyarakat lokal yang banyak (*demography*) serta beragam budaya lokal (*local wisdom*) yang tersimpan perlu menjadi perhatian bersama. Belum lagi kearifan lokal berupa tradisi dan adat istiadat di setiap Desa memiliki keunikan dan karakter masing-masing merupakan pembeda dengan bangsa-bangsa lain di dunia, salah satunya Desa Tawangsari (Turmudi and Mursid, 2020).

Desa Tawangsari adalah salah satu Desa yang terletak di Kabupaten Boyolali. Desa ini memiliki sumber daya alam yang banyak ragamnya, mulai dari yang terlihat fisik sampai yang tak terlihat. Potensi sumber daya ini mampu diciptakan oleh para abdi masyarakat di Desa Tawangsari. Mulai dari pengelolaan orang difabel, adanya UMKM, pemanfaatan lahan oleh Petani, sampai adanya wisata alam dan buatan. Dengan banyaknya potensi alam yang disuguhkan dapat mengundang banyak orang untuk berkunjung ke Desa ini, mulai dari penelitian sampai berwisata ke Desa ini.

Namun kenyataannya setelah terjadinya pandemi *covid-19* membuat Desa ini mengalami penurunan baik dari wisatawan sampai kemakmuran para pengelola UMKM. Meskipun pandemi *covid-19* telah usai potensi alam yang telah

diciptakan tersebut belum bisa lagi mengundang daya tarik masyarakat umum untuk berkunjung.

Hal ini tentu mendapat perhatian dari tim pelaksana. Dengan berkembangnya zaman, teknologi informasi dianggap paling efisien untuk saat ini. Melalui peran teknologi informasi sedikit banyak akan membantu memecahkan potensi sumber daya yang ada di pedesaan untuk mampu di optimalkan para abdi masyarakat tersebut. Perkembangan teknologi dan iklan/promosi saat ini begitu baik untuk pengembangan dari sebuah media informasi berupa video promosi yaitu *Company Profile* Desa dan Konten Digital untuk para pengelola UMKM dan Pariwisata di Desa Tawangsari, Teras, Kabupaten Boyolali.

Beberapa kegiatan terkait pembuatan video profil desa juga dilakukan di Desa Petang Bali (Made *et al.*, 2022), Desa Padang Beunghar Kuningan (Setiyawan, 2019), dan video profil desa wisata dilakukan di Pokdarwis Gombengsari, Banyuwangi (Alfiyan, 2021), desa Cisantana Kabupaten Kuningan (Kusuma *et al.*, 2020). Selain itu pelatihan dan pendamping pembuatan video profil dilakukan di Kampung Kota Lintang Aceh (Rahman, Aulia., Hidayat, Muhammad Taufik., Mustika, 2020) dan Desa Jangli Krajan Semarang (Suryanto *et al.*, 2018).

Karena di zaman sekarang media sosial dianggap menjadi salah satu wadah yang efektif, dalam mempromosikan berbagai macam produk baik dalam segi ekonomi seperti UMKM dan pariwisata alam maupun buatan yang ada di Desa. Adapun untuk penyebaran informasi ini akan melalui sosial media, mulai dari Instagram sampai Youtube.

Sementara untuk kondisi media sosial di Desa Tawang Sari belum terlalu aktif baik Instagram dan *website* yang sudah Desa miliki, hal tersebut dibuktikan dengan akun Instagram yang hanya ada 3 unggahan di tahun 2022 setelah itu *vakum* selama setahun dan aktif kembali mengunggah pada awal bulan Mei. Sementara itu untuk *website* di sana masih kurang *update* informasi tentang Desa salah satunya jumlah penduduk yang data terakhir bulan Februari. Sementara untuk di Desa Tawang Sari belum memiliki akun Youtube, yang bisa digunakan untuk media promosi dan informasi dalam bentuk video. Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1. Merancang video *Company Profile* pada Desa Tawang Sari Tawang Sari, bertujuan agar dapat memberikan informasi dan sekaligus menjadi media promosi yang lebih menarik kepada Masyarakat baik di Solo Raya maupun seluruh Indonesia terkait Desa Tawang Sari yang memiliki beragam kegiatan unggulan baik wisata maupun UMKM.
2. Merancang konten media sosial yang bermanfaat kepada pengelola Desa agar masyarakat tertarik mengunjungi Desa dan melakukan kegiatan ekonomi dan lainnya agar masyarakat Desa lebih sejahtera.
3. Pemberdayaan dan promosi produk pada UMKM setempat.

RUMUSAN MASALAH

Beberapa permasalahan yang dapat digali berdasarkan hasil observasi, maupun wawancara adalah sebagai berikut.

1. Kurangnya media promosi di Desa Tawang Sari dalam bidang UMKM dan Pariwisata
2. Belum adanya tanda produksi setiap pengusaha

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan dan

pembuatan produk terkait konten digital. Rancangan kegiatan yang akan dilakukan ditampilkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rancangan Kegiatan

Permasalahan	Rencana Kegiatan
Kurangnya media promosi di Desa dalam bidang UMKM dan Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat Video Profil untuk Desa • Membuat Video Pendek untuk para UMKM sekaligus akun media sosial dan pendampingan • Membuat Video pendek tentang pengenalan wisata yang ada di sana
Belum adanya tanda produksi setiap pengusaha	Membuat desain banner

Sasaran dan potensi dari kegiatan ditampilkan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Sasaran dan potensi kegiatan

Sasaran	Potensi
Masyarakat Desa (UMKM)	dapat Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Mereka
Pengelola Wisata	Menyadarkan Bahwa Sosial Media Dan Konten Digital Sebagai Sebuah Alternatif Yang Efektif Untuk Melakukan Promosi
Pemerintah Desa / Aparat Desa	Menjadikan Sebuah Media Sosial dan Konten Digital Sebagai Alternatif terhadap informasi pedesaan.

PEMBAHASAN

Setelah tim pelaksana melakukan observasi baik dengan cara mengamati dan wawancara dengan beberapa pihak, memperoleh hasil bahwa Desa kekurangan dalam hal promosi baik itu dalam bidang UMKM, Pariwisata dan kegiatan lainnya yang bersifat dokumentasi video dan foto.

Di beberapa UMKM antara lain Batik Srikandi Patra, Karak Beras “Non Boraks” dan Olahan Produk Susu masih terbatas dalam segi promosi / pemasarannya. Dalam bidang Pariwisata antara lain ada

Campbell 2 Edupark dan River Tubing yang akibat pandemi covid-19 menjadi sepi pengunjung dan untuk membangun kembali kegiatan pariwisata pasti membutuhkan media promosinya.

Setelah mengumpulkan beberapa informasi dari pengelola UMKM, Pariwisata, dan Masyarakat sekitar, tim pelaksana langsung membuat sebuah rancangan berupa video promosi serta video profil dengan tujuan bisa kembali mengangkat berbagai potensi Desa yang ada. pelaksanaan yang berupa membuat video profil untuk Desa, membuat video pendek tentang UMKM beserta akun sosial media guna untuk pemasaran dalam bidang digital, membuat video pendek untuk pengenalan wisata.

Pelaksanaan kegiatan pada hari Senin 20 Februari 2023 Sampai 22 Maret 2023. Berlokasi di Desa Tawangsari Teras Boyolali. Kegiatan ini memakan waktu 1 bulan 2 hari atau 32 hari.

Pada tanggal 21 Februari 2023 adalah hari pertama tim pelaksana singgah dan beristirahat di Dukuh Gempol, untuk hal itu tim pelaksana meminta izin dan lapor ke ketua RT dan masyarakat sekitar. Dan dari pihak masyarakat menerima kedatangan tim pelaksana dengan baik, juga menaruh harapan dengan adanya kita, Dukuh Gempol serta Desa Tawangsari bisa lebih baik dan maju. Kegiatan ini ditunjukkan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Anggota Tim Mendatangi Rumah Ketua RT Gempol

Di Desa Tawangsari terdapat beberapa UMKM diantaranya Karak non-Borak, Pengolahan Susu, Keripik Tempe, Budidaya Jangkrik, Keripik Pisang, Emping Jagung,

dan Batik Difabel. Tim Pelaksana melakukan observasi ke pengelola UMKM sekitar dengan tujuan belajar tentang cara berwirausaha, selain itu juga mengetahui tentang masalah hal yang serupa pada para pengelola UMKM tersebut, yang tidak lain mengenai masalah promosi. Di sana Tim Pelaksana menawarkan pembuatan sebuah konten digital dengan harapan bisa membantu meningkatkan hasil penjualan. Kegiatan observasi pengelola UMKM ditampilkan pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Observasi Kepada Pengelola UMKM Olahan Susu dan Karak non-Boraks

Di Desa Tawangsari juga terdapat beberapa wisata buatan dari masyarakat. Disitu tim pelaksana melakukan observasi ke para pengelola wisata terkait. Selain tim pelaksana belajar tentang cara mengelola wisata, tim pelaksana juga menemukan beberapa permasalahan, salah satunya turunnya tingkat pengunjung akibat pandemi. Di situ Tim Pelaksana juga menawarkan konten digital berupa video yang berharap bisa kembali dikenal dan dituju oleh para wisatawan. Kegiatan ini ditunjukkan pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Tim melakukan observasi ke tempat wisata Campbell 2 Eduparak dan River Tubing

Video Profil merupakan sebuah media elektronik untuk menyampaikan informasi yang sangat efektif. Tim pelaksana membuat video ini yang diperuntukkan

untuk Desa Tawang Sari. Video ini berisikan informasi seputar Desa Tawang Sari. Meliputi : Jumlah Penduduk, Batas Wilayah Desa, Mayoritas Profesi Masyarakat, UMKM, Wisata, Prasarana di Desa , Kegiatan Sosial, bahkan Kegiatan sehari-hari Masyarakat, dll.

Masyarakat terlihat senang dalam kegiatan ini, maklum dikarenakan sebelumnya belum pernah adanya yang mendokumentasikan tentang kegiatan keseharian mereka. Tim pelaksana juga merasa puas selain dukungan dari masyarakat, tim pelaksana juga jadi mengerti lebih dalam tentang seputar Desa Tawang Sari. Salah satu bukti kegiatan dalam pembuatan foto profil adalah dokumentasi ketika tim pelaksana mengambil *scene* video dengan kepala desa Tawang Sari yang ditunjukkan pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Pengambilan Video Bersama Ibu Kepala Desa Untuk Video Profil

Dikarenakan permasalahan para UMKM adalah di bagian promosi, tim pelaksana berinisiatif untuk membuat konten digital. Dengan seiring berkembangnya zaman, media sosial dianggap sebagai alternatif sebagai media informasi serta promosi. Dengan tujuan bisa memaksimalkan produk mereka melalui media sosial dalam bentuk video, tim pelaksana juga merasa puas selain dukungan dari pengelola, tim pelaksana juga jadi mengerti lebih dalam tata cara berwirausaha yang baik. Dokumentasi pembuatan konten digital UMKM desa Tawang Sari ditampilkan pada gambar 5 berikut.



Gambar 5. Dokumentasi pembuatan konten digital UMKM

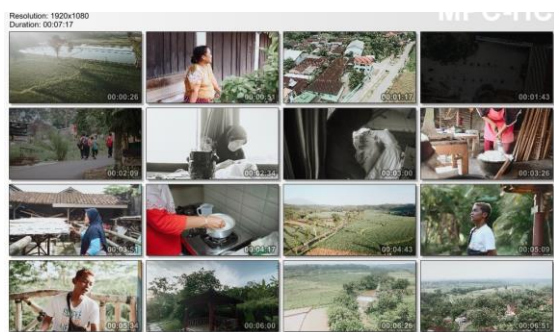
Selain pembuatan konten digital UMKM, UMKM juga dibekali pelatihan dan pendampingan pembuatan konten digital sebagai sarana publikasi, seperti pelatihan menggunakan pengolah video, pengambilan foto dan video produk, dan menggunakan aplikasi desain sederhana untuk membuat poster dan gambar.

Tim juga membuat sebuah tanda kenang-kenangan untuk kegiatan ini yaitu dalam bentuk *banner*. *Banner* adalah salah satu media komunikasi kelompok yang biasanya ditujukan untuk target sasaran dalam lingkup tertentu. *Banner* ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat luar yang akan mengakses UMKM tersebut secara luring. Salah satu contoh dokumentasi penyerahan *banner* ditampilkan pada gambar 6 berikut.



Gambar 6. Dokumentasi penyerahan *banner*

Salah satu produk yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah video profil desa Tawang Sari. *Thumbnail* dari video profil desa Tawang Sari ditampilkan pada gambar 7 berikut.



Gambar 7. Thumbnail video profil desa Tawangasari

SIMPULAN

Dari pelaksanaan kegiatan dapat disimpulkan tim pelaksana telah mampu untuk bekerja sama dengan baik dan dengan dukungan Masyarakat dan pemerintah Desa Tawangasari berhasil melaksanakan kegiatan yang diprogramkan, baik yang merupakan program utama maupun yang program tambahan.

Dengan adanya kegiatan ini, terciptanya sebuah video profil Desa dan konten digital UMKM Desa. Yang kini berhasil diimplementasikan dan menjadi alternatif kepada masyarakat Desa Tawangasari. Dan masyarakat mendapat *feedback* dalam hal promosi untuk memperkenalkan Desa Tawangasari dari segi wisata dan UMKM yang ada di Desa Tawangasari dan merupakan terobosan yang bagus untuk masyarakat umum.

Untuk keberlanjutan dari program ini diharapkan bagi masyarakat dan pemerintah Desa untuk melanjutkan dan memaksimalkan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi. Serta kedepannya untuk wisata bisa ditambahkan sebuah sistem informasi yang bisa memudahkan untuk masyarakat yang akan berkunjung dan mengakses ke tempat tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Masyarakat Desa Tawangasari sebagai mitra kegiatan pengabdian kepada Masyarakat serta Ibu Yayuk Tutiek Supriyanti sebagai Kepala Desa beserta jajaran pemerintah Desa Tawangasari yang sudah banyak membantu dan selalu mendukung selama kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyan, F. (2021) 'Pembuatan Video Profil Desa Wisata untuk Sarana Publikasi di Pokdarwis Gombengsari - Banyuwangi', *Abdimastek*, 2(2), pp. 1–6.
- Kusuma, S.S. *et al.* (2020) 'Pendampingan Dan Pembuatan Video Profile Untuk Promosi Wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan', *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(02), p. 81. Available at: <https://doi.org/10.25134/empowerment.v3i02.3035>.
- Made, I. *et al.* (2022) 'Potensi dan Keunggulan Desa Petang Melalui Video Profil sebagai Sarana Informasi kepada Masyarakat', *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 5(1), pp. 25–31.
- Rahman, Aulia., Hidayat, Muhammad Taufik., Mustika, F. (2020) 'Pelatihan Dan Pendampingan Masyarakat Desa Dalam Pembuatan Video Profil Kampung Kota Lintang Kabupaten Aceh Tamiang', *Global Science Society: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), pp. 2685–2497.
- Setiyawan, C.F. (2019) 'Pembuatan Website Desa, Video Profile Desa, serta Pelatihan Art and Craft di Desa Padabeunghar Kecamatan Pesawahan Kabupaten Kuningan Jawa Barat', *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, pp. 109–116. Available at: <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v2i0.488>.
- Suryanto, A. *et al.* (2018) 'Memakai Window Movie Marker Bagi Perangkat Desa Jangli Krajan Kecamatan', *Rekayasa*, 16(1), pp. 49–58.
- Turmudi, H. and Mursid (2020) 'Peran Perangkat Desa dalam Optimalisasi Potensi Lokal di Desa Tawangasari Kecamatan Teras Kabupaten Boyolali', *Res Judicata*, 3(2), p. 141.