

Pembuatan Konten *Website* dengan Medium Audiovisual untuk Mendukung Promosi UMKM Azolla

Dyah Ayu Wiwid Sintowoko¹, Hanif Azhar²

¹Program Studi Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif

²Program Studi Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif

Telkom University

Jalan Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsong, Sukapura, Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat

Tlp. 081229713161, E-mail: dyahayuws@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Website azolla.id berbasis medium interaktif, film, yang didedikasikan untuk UMKM Azolla Klaten sebagai bagian dari upaya membantu UMKM Azolla Klaten berkembang. *Website* ini digunakan sebagai salah satu media informasi sekaligus wadah promosi UMKM Azolla Klaten. Kegiatan ini dilakukan untuk mendorong UMKM Azolla di Kajen, Klaten dalam merespons menjamurnya pemanfaatan media digital saat ini. *Website* ini rencananya digunakan untuk mendukung promosi UMKM di area terpencil agar eksistensinya tetap bertahan, produknya tetap dikenal masyarakat luas, sekaligus mendukung ruang pendidikan bagi mahasiswa dengan rumpun ilmu sejenis. Metode *direct-practice* diterapkan guna memaksimalkan perancangan *website* interaktif. Hasil pengabdian kepada masyarakat (abdimas) menunjukkan bahwa *website* azolla.id tampak efektif untuk mendorong kemajuan UMKM daerah sekaligus dapat mendorong kebijakan ekonomi kreatif masyarakat desa. *Website* ini memudahkan *viewer* dalam melihat produk UMKM, proses budi daya, dan pemanenan azolla. Pembuatan *website* dan konten di dalamnya juga membantu menuntaskan problem masyarakat, salah satunya problem yang dihadapi UMKM Azolla ini dalam bidang promosi media UMKM.

Kata kunci: website interaktif, media promosi, UMKM Azolla, film

Website Content Creation with Audiovisual Medium to Support the Promotion of Azolla MSME

ABSTRACT

The azolla.id website is specifically designed to support Azolla MSME. This MSME is located in Klaten. Since the MSME products are highly potential to be widely spread, the website serves as an informational platform and promotional forum for Azolla. The website is designed to facilitate the promotion of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) specifically in distant locations. Moreover, it aims to ensure the sustainability of these enterprises, introduce the products to the wider community, and provide an educational platform for students with similar expertise. The program of creating the website content leads to a result that azolla.id website effectively promotes regional MSME's advancement and fosters innovative economic strategies in rural regions. Developing a website and its content can effectively address community issues, such as the challenges faced by Azolla in promoting their businesses through MSME media.

Keywords: interactive website, promotional medium, Azolla MSMEs, film

1. PENDAHULUAN

Bappenas (2023) dalam artikelnya mendefinisikan pentingnya SDGs. Sustainable Development Goals (SDGs) adalah bagian dari rancangan mengenai kesepakatan dalam upaya membangun ragam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidup secara bersama-sama dengan masyarakat bersama pemerintah. Realitasnya, di institusi mana pun, pemerintah mewajibkan masyarakat terkait untuk melakukan kerja sama *cross institution, stakeholder*, sekaligus beberapa sektor lainnya untuk saling bekerja sama. Secara historis, agenda SDGs telah digaungkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sejak tahun 2015 oleh Indonesia. Salah satu tujuannya adalah untuk menjaga keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat agar masyarakat dapat mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas hidup lintas generasi berkelanjutan.

Ketercapaian SDGs menjadi tantangan selama masa pandemi karena Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020. Aturan ini menekankan pada pembatasan sosial secara ekstra yang memengaruhi kegiatan sosial khususnya kontak fisik manusia. Hal ini bertujuan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 sekaligus bagian dari penerapan protokol kesehatan di Indonesia. Adanya pembatasan kontak secara fisik membuat para pelaku ekonomi harus lebih kreatif baik secara penjualan maupun promosi produk. Adapun salah satu kreativitas yang dilakukan oleh UMKM Azolla adalah tetap melakukan produktivitas di tengah gempuran pandemi Covid-19. Upaya kreatif tersebut adalah bekerja sama dengan Telkom University dalam menciptakan promosi produk secara digital agar para pelaku ternak dapat melakukan transaksi pembelian melalui daring.

Kerja sama ini diperlukan sebagai bentuk Tridarma Perguruan Tinggi sekaligus

kontribusi terhadap masyarakat. Secara historis, UMKM Azolla yang berlokasi di Kajen, Klaten ini memerlukan media promosi *website* bernama *azolla.id*. *Website azolla.id* merupakan sebuah inisiatif dosen dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada UMKM Azolla di Klaten tersebut. Pembuatan *website* ini dirancang karena keresahan terhadap tingginya pakan ternak di Indonesia. UMKM Azolla ini hadir dengan tujuan ingin memberikan solusi pakan alternatif khususnya bagi sektor pertanian dan peternakan yang seringkali dihadapkan pada realitas ketergantungan tingginya harga pakan pabrikan di Indonesia. Karena kurangnya alternatif, hal ini masih menjadi permasalahan masyarakat, khususnya di pedesaan karena mayoritas mata pencaharian mereka bergantung pada *supply* pakan pabrikan tersebut. Tentunya, tingginya pakan pabrikan terus berlanjut akan menjadi momok bagi peternak daerah. Perancangan *website* seperti ini bisa menambah nilai promosi UMKM Azolla di Kajen, Klaten.

Website ini menjadi medium UMKM dan masyarakat lain khususnya pelaku ternak untuk saling berinteraksi secara daring. Realitanya, generasi muda, terlebih para pelaku ekonomi kreatif seperti UMKM, berada di usia produktif. Oleh sebab itu, mereka secara tidak langsung dipaksa *melek* praktik digital sebagai bagian dari kemampuan IT yang kemungkinan besar banyak dibutuhkan pada era saat ini bahkan pada beberapa tahun mendatang. Alasan rasional adalah pemenuhan kesejahteraan. Dewasa ini, perkembangan teknologi dan digitalisasi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Salah satu desa yang cukup berpotensi karena memiliki produk UMKM namun belum terjangkau media promosi digitalnya secara permanen adalah UMKM Azolla. Dengan demikian, kontribusi institusi pendidikan

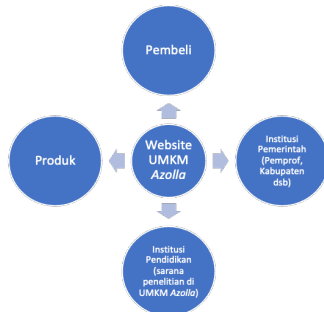
seperti Telkom University menjawab tantangan tersebut melalui program ini. Tingginya angka penduduk Indonesia, berpotensi untuk melakukan kolaborasi lintas sektor demi tercapai tujuan yang inklusif. Salah satunya dengan pemberdayaan UMKM, seperti UMKM Azolla di Klaten. Selanjutnya, kolaborasi antara UMKM Azolla dan Telkom University masih perlu berlanjut untuk memperluas jangkauan UMKM seperti produksi dan distribusi.

Di Jawa Tengah, UMKM meningkat (Robiah, 2018). Contohnya, ragam kerajinan sepatu (Awlia, 2019); serta pertanian dan perikanan (Priyanto, 2019). Sektor tersebut menjadi primadona dalam upaya peningkatan devisa negara. Beberapa penelitian terdahulu mengemukakan bahwa media promosi permanen seperti *website* dapat menunjukkan dampak positif seperti *brand recall* sekaligus mampu menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung. Juga, untuk meningkatkan *trust issue* masyarakat untuk melihat lebih jauh UMKM tersebut. Salah satu media promosi dapat dilakukan dengan menggunakan medium audiovisual seperti film atau sejenisnya. Sebagaimana yang disampaikan dalam penelitian sebelumnya bahwa film memiliki keunikan sebagaimana dengan kaitannya ide cerita dan visual yang dikonstruksi sedemikian rupa agar lebih menarik (Sintowoko, 2022); atau juga sebagai penyampai pesan tertentu dalam isu sosial (Salsabila dkk, 2023). Namun, pembuatan *website* berbasis film untuk UMKM Azolla ini barangkali kurang tepat karena produk menjadi *point of view*, sementara film berbasis naratif yang kompleks. Dengan demikian, dirasa kurang *to the point*. Alasan lain adalah kapasitas *website* yang terbatas kurang mendukung penggunaan medium film berdurasi panjang sebagai media promosi. Oleh sebab itu, medium audiovisual menjadi pilihan yang tepat

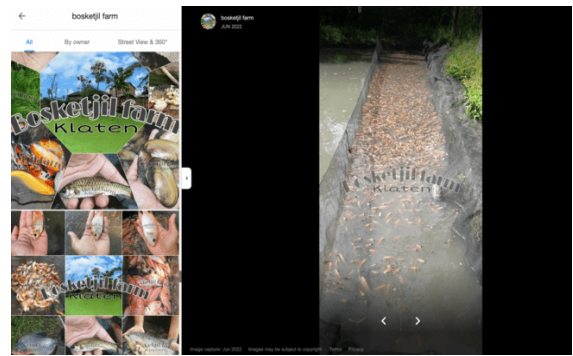
dan aplikatif untuk konten *website* dalam menarik perhatian pembeli.

Dalam pemenuhan kesejahteraan UMKM di Klaten, perlu dibuat media promosi *website*. Secara historis, UMKM Azolla merupakan sebuah gerakan masyarakat yang fokus pada program pemberdayaan hasil bumi di Desa Kajen, Klaten. Desa ini memiliki potensi SDA yang sangat baik dan bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Potensi SDA tersebut adalah bidang perikanan, peternakan, dan tanaman obat-obatan yang sangat didukung dengan sumber air yang sangat melimpah. Salah satu produk yang sudah dikembangkan adalah *azolla*. Produk ini dikembangkan dan dirintis oleh penggerak UMKM di Desa Kajen sebagai pakan alternatif ternak dan ikan. Diciptakannya produk ini karena di wilayah Klaten dan umumnya di Indonesia, masih sangat bergantung dengan pakan ternak/perikanan pabrikaan yang harganya terlampaui sering naik.

Untuk mendukung semangat UMKM Azolla dan sekaligus mempertahankan ekonomi kreatif desa terpencil di Klaten, masyarakat saat ini cenderung menggunakan media sosial dan telepon pintar untuk mengakses informasi. Maka dari itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengembangkan *website* untuk memenuhi kebutuhan UMKM Azolla dalam mengembangkan produk, promosi, dan edukasi masyarakat. Ketiga butir tersebut akan ditampilkan dalam konten *website* yang dibantu oleh tim abdimas ini. *Website* ini bertujuan sebagai jembatan penghubung antara penggerak UMKM dan para pembeli, instansi pendidikan, dan pemerintah daerah. Adapun kebermanfaatannya *website* sebagaimana terlihat di gambar 1.



Gambar 1 Kebermanfaatan Pembuatan *Website* oleh Tim Abdimas untuk UMKM *Azolla* dan SDGs
(Sumber: Olahan Data Penulis, 2023)



Gambar 2 Media Promosi Sederhana UMKM *Azolla*, via Story WA dan FB
(Sumber: Dok. Pribadi, 2023)

Dalam *website* ini, harapannya UMKM *Azolla* dapat berkolaborasi lebih luas dengan berbagai sektor, yaitu (1) pembeli produk *Azolla*; (2) institusi pemerintah (seperti pemerintah daerah atau kabupaten karena konten digitalnya sebagai bagian dari promosi juga); (3) institusi pendidikan (pelatihan dan kegiatan penelitian); dan (4) promosi produk *azolla* sebagai pakan ternak alternatif.

Pembuatan *website* yang akan dilakukan oleh tim abdimas ini dapat memberikan beberapa kebermanfaatan untuk UMKM *Azolla*. Manfaat tersebut adalah (1) meningkatkan kemandirian UMKM perihal arsip dokumentasi (video) sehingga bisa digunakan untuk dokumentasi promosi melalui *website*; (2) melatih kemampuan pemilik UMKM untuk melek praktik digital; (3) mendukung aturan pemerintah, yaitu UU Nomor 5 Tahun 2017 yang secara spesifik menyebutkan bahwa *website* merupakan bagian dari media promosi untuk mendukung UMKM di daerah terpencil; dan (4) mendukung program pemerintah khususnya percepatan nasional ekonomi kreatif karena potensi masyarakat dan SDA di daerah pedesaan sangat mendukung hal ini. Maka dari itu, promosi media *melalui* pembuatan *website* untuk mendorong kinerja UMKM *Azolla* sangat diperlukan. Sebelumnya, media promosi hanya melalui aplikasi WhatsApp seperti pada gambar 2.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui wawancara dan observasi secara daring dan langsung. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik UMKM *Azolla* via aplikasi Whatsapp terkait kemungkinan dampak positif dan pengembangan produk perikanan. Observasi dilakukan dengan mengunjungi UMKM *Azolla* di Klaten. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan dan kebutuhan pada masyarakat sasaran. Observasi telah dilakukan untuk mengetahui realitas sistem pembelajaran daring di desa setempat selama masa pandemi Covid-19. Metode tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi (1) perancangan dan penyusunan program kegiatan; (2) observasi, wawancara, dan FGD dengan masyarakat sasaran; (3) identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat sasaran; (4) perancangan strategi pembuatan *website* UMKM *Azolla* dan pengembangan konten *website*; (5) produksi media serta pengaplikasian kepada masyarakat sasaran; (6) evaluasi dan *feedback* kegiatan; dan (7) pembuatan laporan akhir.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mendukung program SDGs: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; Industri, Inovasi dan Infrastruktur; dan Kemitraan untuk Mencapai Tujuan. Oleh sebab itu, hasil penelitian mencakup dua solusi. Pertama, solusi pengabdian kepada masyarakat yang ditawarkan ini berupa pembuatan *website* untuk membantu media promosi UMKM Azolla. Dalam pelaksanaannya, *website* ini akan dilakukan oleh pakar *programmer* dan kontennya beberapa akan diambil dari hasil luaran abdimas sebelumnya. Dengan demikian, pembuatan *website* dan kontennya ini akan dilakukan secara bertahap, yaitu (1) pembuatan *website*; (2) pembuatan konten *website* yang di dalamnya memuat sebagaimana yang terlihat pada gambar 1; (3) video profil (yang sudah dilakukan di pengabdian kepada masyarakat regular tahap 2 tahun 2022; dan (4) artikel *website*, publikasi media termasuk kerja sama dengan dosen Telkom University.

Berdasarkan analisis keadaan dan permasalahan mitra yang telah disebutkan di latar belakang, kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema teknologi tepat guna ini memberikan solusi untuk meningkatkan *branding* UMKM Azolla dengan pembuatan dan pengembangan konten UMKM Azolla Indonesia. Program ini terdiri dari beberapa luaran, sebagaimana yang terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel Spesifikasi Luaran Pembuatan, Konten, dan

Artikel <i>Website</i> UMKM Azolla		
Solusi	Keterangan	Media
Pembuatan <i>website</i> UMKM Azolla.id	Pembuatan <i>website</i> UMKM Indonesia secara perdana.	Konten artikel <i>website</i> UMKM Azolla.id
Pengembangan konten <i>website</i> UMKM Azolla.id	Pengembangan konten <i>website</i> UMKM Azolla semoga bisa <i>launching</i> pada 2023, sebagai luaran dari salah satu tim pengabdian kepada masyarakat Telkom University di skema Teknologi Tepat Guna ini. Sebagai <i>website</i> yang masih perdana dan baru, dibutuhkan konten-konten informatif dan menarik.	Produk Azolla, Kerja sama institusi, <i>branding</i> jenis produk olahan, dan produsen pakan ternak alternatif Indonesia.
Pengembangan artikel <i>website</i> UMKM Azolla.id	Pengembangan konten <i>website</i> artikel UMKM Azolla.	Penyedia Kerjasama dan pelatihan baik dari institusi pendidikan maupun sektor pemerintah
Pembuatan video profile (konten <i>website</i>)	Video <i>company profile</i> adalah sinopsis singkat profil <i>brand</i> . UMKM Azolla masih perlu dikembangkan secara profesional yang ditampilkan di dalam <i>website</i> .	Video profil UMKM Azolla Indonesia

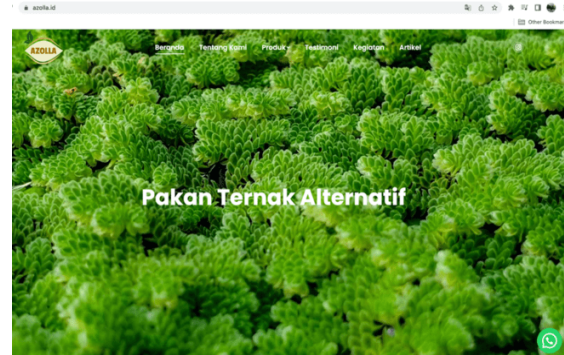
Tabel tersebut menjelaskan anatomi

website dengan menu sebagai berikut. Konten artikel Web UMKM Azolla.id. Menu memuat produk *azolla*, kerja sama institusi, *branding* jenis produk olahan, dan produsen pakan ternak alternatif Indonesia. Ke depan, *website* ini menyediakan fitur pelatihan baik dari institusi pendidikan maupun sektor pemerintah sebagai upaya pengembangan UMKM. Selain itu, promosi berbasis video juga dipersiapkan dengan kapasitas *maintenance* lebih.

Manfaat program pengabdian kepada masyarakat Telkom University diarahkan untuk berkontribusi dalam membentuk, mengelola, dan mendampingi masyarakat atau wilayah binaan yang dapat berkontribusi dalam dunia pendidikan untuk wilayah sendiri, nasional, maupun global, baik secara bertahap dan berkelanjutan sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman dan teknologi. Manfaat dari terlaksananya hibah ini adalah untuk meningkatkan promosi UMKM Azolla untuk kesejahteraan masyarakat terpendil dengan mengoptimalkan IT melalui konten *website* UMKM Azolla untuk pengembangan produk konsumtif ternak.

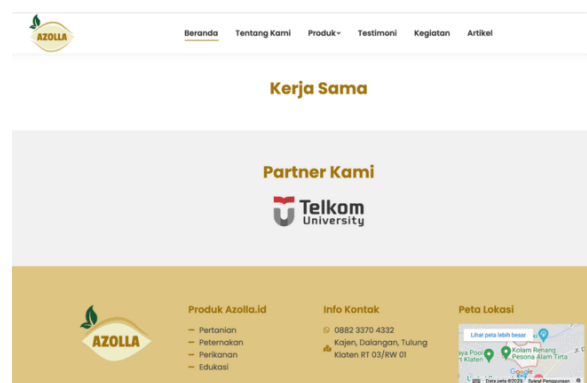


Gambar 3 Hasil Produk UMKM Azolla
(Sumber: UMKM Azolla, 2022)



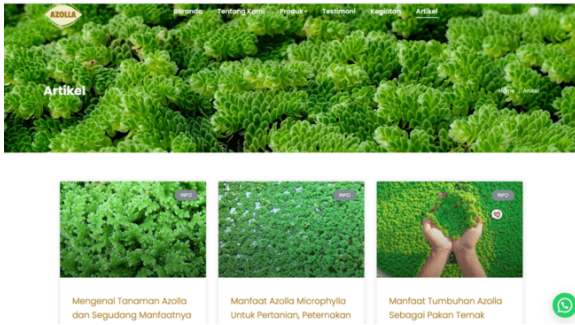
Gambar 4 Tampilan Beranda *Website*
(Sumber: Hasil Pembuatan *Website* UMKM Azolla, 2023)

Look website azolla.id di bagian depan. Judul utama dengan *tagline* Pakan Ternak Alternatif untuk menginformasikan secara langsung kepada pengunjung bahwa tanaman *azolla* memiliki khasiat sebagai solusi ketergantungan peternak terhadap pakan pabrikan. Di tampilan depan selain beranda, juga terdapat menu: tentang kami, produk, testimoni, kegiatan, dan artikel.



Gambar 5 Informasi Kerja Sama
(Sumber: Hasil Pembuatan *Website* UMKM Azolla, 2023)

Di dalam beranda juga terdapat menu partner, yaitu Telkom University, sebagai pihak yang memberikan kontribusi sekaligus dukungan atas berhasilnya abdimas ini. Bagian beranda (bawah) berisi informasi tentang: produk azolla.id: pertanian, peternakan, perikanan, dan edukasi. Kemudian info kontak, SDGs, dan peta lokasi UMKM.



Gambar 6 Artikel Media Massa Sarana Promosi dan Kerja Sama Kegiatan UMKM (Sumber: Hasil Pembuatan *Website* UMKM Azolla, 2023)

4. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil simpulan atas diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini terdapat dua hal poin penting yang ditemukan. Pertama, UMKM Azolla di Katen, Klaten sebagai UMKM baru masih memerlukan dukungan yang berkelanjutan dalam peningkatan produktivitasnya, baik dari segi pemasaran maupun produksi produk *azolla*, basah ataupun kering. Pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat berupa *workshop* bersama dosen dengan kepakaran desain produk untuk optimalisasi kemasan produk. Kedua, *website* *azolla.id* yang telah dibuat bersama tim pengabdian kepada masyarakat Telkom University memudahkan promosi khususnya pada saat masa pandemi dan pascapandemi. Ke depan, diperlukan *website* dengan kapasitas penyimpanan *maintenance* lebih tinggi agar dapat lebih atraktif, misalnya menggunakan medium audiovisual untuk promosi daring.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada pemilik UMKM Azolla Klaten yang telah memberikan kesempatan pengabdian kepada masyarakat. Kemudian, juga kepada Telkom University yang telah memberikan kesempatan pendanaan untuk kelancaran abdimas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Awlia. (2019). *Studio Tugas Akhir Pusat Komunitas Pengrajin Sepatu Cibaduyut*. Doctoral dissertation: Universitas Komputer Indonesia.
- Bappenas. 2023. SDGs Knowledge HUB diakses dari <https://sdgs.bappenas.go.id/> pada 4 Mei 2024 pukul 13.11
- Priyanto. (2019). Membangun Brand Destination Kampung Rajut Binong Jati Sebagai Tujuan Wisata Belanja Produk Rajutan di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 31-43.
- Robiah. (2018). *Peran Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi melalui Kualitas Home Industry di Sentra Home Industry Cibaduyut Kelurahan Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Kota Bandung*. Bandung: Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Salsabila, S. S., Sintowoko, D. A. W., & Wiguna, I. P. (2023). Konstruksi Women Empowerment pada Film "Marlina si Pembunuh dalam Empat Babak". *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 19(2), 105-119.
- Sintowoko, D. A. W. (2022). Mood Cues dalam Film Kartini: Hubungan antara Pergerakan Kamera dan Emosi. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 18(1), 1-16.