

JURNAL PUBLIKA PENGABDIAN MASYARAKAT

Volume 4 No.1, Maret 2022

PELATIHAN DESAIN KEMASAN DAN VIDEOGRAFI BAGI SISWA/I SMK PANGABDI LUHUR LAMPUNG TENGAH Ade Moussadecq, Rohiman Rohiman, Muhammad Redintan Justin, Hendra Kurniawan	1-6
IMPLIKASI PENYEBARAN BERITA HOAKS KAITANNYA DALAM PENEGAKAN HUKUM DI INDONESIA Kadek Julia Mahadewi	7-17
PENGUNAAN APLIKASI SISTEM KENDALI MUTU PROGRAM PERTANAHAN (SKMPP) PADA SUB BAGIAN PERENCANAAN, EVALUASI, DAN PELAPORAN DI KANTOR WILAYAH BADAN PERTANAHAN NASIONAL PROVINSI LAMPUNG Gwyn Cyril Vertido Somera, Nurfiana Nurfiana	18-24
PELATIHAN BRANDING PRODUK UMKM BAGI WARGA KELURAHAN MULYO JATI KOTA METRO Abdi Darmawan, Ade Moussadecq, Rohiman Rohiman, Hendra Kurniawan	25-31
PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI DESA GUNUNG SARI KECAMATAN WAY KHILAU KABUPATEN PESAWARAN Neni Purwati, Yurpan Hani, Felisita Klaralia	32-39
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN APLIKASI SIAPIK PADA PELAKU UMKM PEMULA DI BANDAR LAMPUNG Indra Caniago, Nolita Yeni Siregar, Reva Meilina	40-47
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS KERIPIK PISANG DI DESA KALIDADI, KALIREJO LAMPUNG TENGAH Anggalia Wibasuri, Isnandar Agus, Anggawidia Wibaselppa, Suci Mutiara	48-53
PELATIHAN ADOBE PREMIER DAN IMPLEMENTASINYA PADA PEMBUATAN FILM DURASI PENDEK DI SMKN 1 NEGERI KATON Hary Sabita, Yuni Puspita Sari, Rionaldi Ali	54-60

Volume 4 Nomor 1, Bulan Maret 2022

Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat merupakan jurnal ilmiah yang di terbitkan oleh Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Lampung. Jurnal ini memuat naskah berupa hasil pengabdian kepada masyarakat, studi pustaka maupun tulisan ilmiah yang di terbitkan 2 kali dalam setahun yaitu Bulan Maret dan Oktober

Penanggung Jawab : Ir.Firmansyah YA,MBA.,M.Sc
Pembina : Dr. R.Z. Abdul Aziz, ST, M.T

Ketua Penyunting : Dr. Sri Lestari, M.Cs
Sekretaris Penyunting : Suci Mutiara, S.Kom., M.TI

Penyunting Ahli : Dr. Muhammad Said Hasibuan, M.Kom
: Dr. Suhendro Yusuf Irianto, M.Kom
Dr. Sri Lestari, S.Kom., M.Cs
Yulmaini, S.Kom., M.Cs

Penyunting Pelaksana
Koordinator : Hendra Kurniawan, S.Kom., M.T.I
Anggota : Rio Kurniawan, M.CS(IIB Darmajaya)
Fitria, ST., M.Kom (IIB Darmajaya)
Nurfiana, M.Kom (IIB Darmajaya)
Suci Mutiara, S.Kom., M.T.I (IIB Darmajaya)

Alamat Redaksi/Penerbit :

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jl. Z.A Pagar Alam No. 93 Bandar Lampung 35142, Telp. (0721) 787214, Fax (0721) 700261

Email : lp4mjurppm@darmajaya.ac.id

Website : <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jppm/index>

DARI REDAKSI

Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat Volume 4 No. 1 Bulan Maret 2022 ini menyajikan sepuluh judul artikel dengan beragam topik dan kajian yang berbeda. Volume 4 No.1 bulan Maret 2022 ini berisi beberapa topik dalam bidang Pengabdian Kepada Masyarakat.

Topik dan kajian yang terdapat pada volume ini meliputi: Pelatihan Desain dan Videografi, Penggunaan aplikasi, pelatihan Branding produk, pelatihan pemanfaatan teknologi informasi dan lain-lain.

Demikian topik dan kajian yang ada pada volume ini, terdapat artikel lain yang belum kami sajikan. Untuk lebih lengkapnya para pembaca dapat mengeksplor artikel yang lain pada laman <http://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalInformatika>. Harapan kami mudah-mudahan semua artikel yang disajikan dapat menambah ilmu dan pengetahuan serta pengamalan para pembaca.

Terakhir kami ucapkan banyak terimakasih kepada para penulis atas kontribusinya dalam volume ini.

Selamat membaca.

Bandar Lampung, Maret 2022

Dewan Redaksi

DAFTAR ISI

Judul Artikel	Hal
PELATIHAN DESAIN KEMASAN DAN VIDEOGRAFI BAGI SISWA/I SMK PANGABDI LUHUR LAMPUNG TENGAH Ade Moussadecq, Rohiman Rohiman, Muhammad Redintan Justin, Hendra Kurniawan	1-6
IMPLIKASI PENYEBARAN BERITA HOAKS KAITANNYA DALAM PENEGAKAN HUKUM DI INDONESIA Kadek Julia Mahadewi	7-17
PENGGUNAAN APLIKASI SISTEM KENDALI MUTU PROGRAM PERTANAHAN (SKMPP) PADA SUB BAGIAN PERENCANAAN, EVALUASI, DAN PELAPORAN DI KANTOR WILAYAH BADAN PERTANAHAN NASIONAL PROVINSI LAMPUNG Gwyn Cyril Vertido Somera, Nurfiana Nurfiana	18-24
PELATIHAN BRANDING PRODUK UMKM BAGI WARGA KELURAHAN MULYO JATI KOTA METRO Abdi Darmawan, Ade Moussadecq, Rohiman Rohiman, Hendra Kurniawan	25-31
PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI DESA GUNUNG SARI KECAMATAN WAY KHILAU KABUPATEN PESAWARAN Neni Purwati, Yurpan Hani, Felisita Klaralia	32-39
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN APLIKASI SIAPIK PADA PELAKU UMKM PEMULA DI BANDAR LAMPUNG Indra Caniago, Nolita Yeni Siregar, Reva Meilina	40-47
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS KERIPIK PISANG DI DESA KALIDADI, KALIREJO LAMPUNG TENGAH Anggalia Wibasuri, Isnandar Agus, Anggawidia Wibaselppa, Suci Mutiara	48-53
PELATIHAN ADOBE PREMIER DAN IMPLEMENTASINYA PADA PEMBUATAN FILM DURASI PENDEK DI SMKN 1 NEGERI KATON Hary Sabita, Yuni Puspita Sari, Rionaldi Ali	54-60

PELATIHAN DESAIN KEMASAN DAN VIDEOGRAFI BAGI SISWA/I SMK PANGABDI LUHUR LAMPUNG TENGAH

Ade Moussadecq¹, Rohiman², M. Redintan Justin³, Hendra Kurniawan⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kel. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung
(0721) 787214

¹ ademoushadeq@darmajaya.ac.id

² rohiman@darmajaya.ac.id

³ mredintanjustin@darmajaya.ac.id

⁴ hendra.kurniawan@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

The increasing need for graphic and video design as promo items/content in the industrial era 4.0 due to the influence of social media media promotions, is the background for the Community Service (PkM) team to carry out PKM activities at Pangabdi Luhur Vocational School (Central Lampung). The focus of this PkM activity is to provide packaging design and videography training to the participants. This PkM activity aims to develop skills to be more creative, as well as how to find ideas for making packaging and videography. Training using mall for packaging design, CorelDraw, camera and Adobe Primera for videography. The method applied in this activity is a presentation on introduction to packaging design and videography, followed by practical methods such as making product packaging designs and stop motion by participants. evaluation of self-assessment that describes the success of the material that has been presented.

Keywords— Training, Packaging, Videography

ABSTRAK

Bertambahnya kebutuhan desain grafis dan video sebagai item/konten promo di era industri 4.0 karena pengaruh media sosial sarana media promosi, melatar belakangi tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melaksanakan kegiatan PKM di SMK Pangabdi Luhur (Lampung Tengah). Fokus kegiatan PkM ini yaitu memberikan pelatihan desain kemasan dan videografi kepada para peserta. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan menjadi lebih kreatif, serta bagaimana menemukan ide untuk membuat sebuah kemasan dan videografi. Pelatihan menggunakan *mal* untuk desain kemasan, *CorelDraw*, kamera dan *Adobe Primera* untuk videografi. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah presentasi mengenai pengenalan desain kemasan serta videografi, kemudian dilanjutkan dengan metode praktik seperti pembuatan desain kemasan produk dan *stop motion* oleh peserta pelatihan. Evaluasi hasil dilihat dari penilaian karya mandiri yang menggambarkan keberhasilan materi yang telah disajikan.

Kata Kunci—Pelatihan, Kemasan, Videografi

I. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di era industri 4.0 juga merambah ke bidang desain grafis dan videografi yang merupakan lingkup keilmuan desain komunikasi visual.

Fenomena ini karena teknologi merupakan keniscayaan bagi desain komunikasi visual. Teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan manusia di seluruh dunia, termasuk profesi yang berkaitan dengan desain komunikasi visual. Dari perspektif sejarah, perkembangan desain komunikasi visual tidak lepas dari pengaruh kemajuan teknologi, ketika seorang ilmuwan Jerman menemukan mesin cetak pertama pada tahun 1400-1468, yang pada masa itu DKV masih disebut dengan desain grafis [1]. Sebutan DKV muncul saat desain grafis semakin intensif bersentuhan dengan teknologi digital yang jangkauan karyanya tidak hanya bersifat statis (cetak) saja. Sebutan desain grafis kurang relevan karena orientasinya sebatas gambar saja, sehingga dibutuhkan suatu istilah yang dapat menampung perkembangan desain grafis yang semakin meluas karena sudah merambah pada media informasi dan media interaktif digital. Dan istilah Desain Komunikasi Visual dianggap mampu menampung kemajuan tadi [1].

Revolusi industri 4.0 meletus saat diadakannya Hanover Fair tahun 2011 di Jerman [2]. Sebagai negara besar Jerman memiliki kebijakan pembangunan yaitu High-Tech Strategy 2020 dan industri 4.0 menjadi bagian dari kebijakan tersebut. Kebijakan ini sendiri bertujuan untuk mempertahankan posisi Jerman sebagai negara terdepan dalam dunia manufaktur. Pesatnya pemanfaatan teknologi digital diberbagai bidang, juga membuat negara-negara lain di luar Jerman memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan persaingan di dunia industri untuk menghadapi pasar global yang sangat dinamis. Semakin meningkatnya hasrat dunia industri akan profesi desainer komunikasi visual, maka DKV membutuhkan lulusan yang kompetitif yang menguasai desain grafis sebagai roh desain komunikasi visual dan videografi untuk visual yang dinamis dan interaktif. Tanpa kompetensi tersebut, lulusan sekolah bahkan perguruan tinggi dipastikan akan sulit menghadapi ketatnya kompetensi di era industri 4.0.

Proses kreatif di dalam membuat desain tidak semata dideterminasi oleh teknologi digital saja, meskipun saat ini teknologi informasi semakin intim bersentuhan dengan desain komunikasi visual. Pengenalan proses kreatif agar dapat menyajikan suatu desain yang inovatif menjadi latar belakang tim pengabdian memberikan pelatihan desain grafis dan videografi bagi siswa/i SMK Pangabdi Luhur Lampung Tengah agar siap berkompetisi di era digital saat sekarang ini. Pelatihan dibidang desain grafis, tim pengabdian memilih memberikan pelatihan bagaimana merancang kemasan yang tidak hanya unik dari segi tampilan saja. Menurut Ambrose dan Harris [3] bahwa desain kemasan yang baik harus mampu menyampaikan pesan untuk promosi produk serta memiliki nilai fungsional sebagai wadah pelindung produk itu sendiri. Dilansir dari situs *krektivv.com*, desain kemasan yang baik memiliki kualifikasi sebagai berikut : [1]Komunikasi, desain kemasan harus mampu menyampaikan informasi kemasan yang bertujuan sebagai informasi bagi calon konsumen, [4] Identitas produk, desain kemasan harus memiliki identitas yang mewakili produk yang ditawarkan supaya mudah dikenali oleh calon konsumen, [2] Estetik, yaitu desain kemasan harus memiliki tampilan visual yang memiliki daya tarik baik dari segi warna, tipografi serta ilustrasi/fotografi-nya karena banyak calon konsumen yang tertarik hanya dari tampilan visualnya saja, [3]Sebagai *brand image*, desain kemasan harus mampu membuat merek tetap bertahan dalam persaingan dengan kompetitornya.

Selanjutnya untuk pelatihan videografi, tim pengabdian memilih memberikan pelatihan teknik yang tepat dalam menggunakan kamera untuk membuat sebuah karya audiovisual. Menurut Markus Sudjojo [5] berpendapat tentang teknik memegang kamera yang benar,

yaitu : [1] Usahakan untuk tidak menggerakkan tangan dan kamera saat menekan tombol *shutter*, [4] Menggunakan *viewfinder* saat mengambil gambar, [2] Sebaiknya menggunakan kaki kamera/*tripod* supaya tidak ada gerakan disaat mengambil gambar. Melalui pelatihan bagaimana merancang kemasan produk serta menggunakan kamera yang semestinya ini bagi siswa/i SMK Pangabdi Luhur diharapkan mampu menghasilkan kualitas karya desain komunikasi visual yang tidak hanya mengandung unsur estetis saja tapi juga nilai fungsionalnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

II. MASALAH

Permasalahan yang ditemui oleh tim pengabdi yaitu antara lain:

1. Siswa/i di lingkungan SMK Pangabdi Luhur belum mengetahui bagaimana konsep desain kemasan yang estetis serta fungsional.
2. Siswa/i belum memiliki kemampuan dalam menggunakan peralatan untuk proses pembuatan videografi.
3. Siswa/i belum terampil didalam menggunakan *software* desain grafis untuk proses digitalisasi desain kemasan.
4. Siswa/i belum paham dan menguasai teknik *editing* video dengan aplikasi editing video.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan metode presentasi menggunakan PPT mengenai materi videografi di hari pertama, tepatnya pada tanggal 26 April 2021 . Selanjutnya materi bagaimana merancang kemasan produk yang memiliki nilai estetis serta fungsional di hari kedua yaitu 27 April 2020. Setelah tim pengabdi memberikan pemaparan secara teoritis mengenai desain kemasan serta videografi. Kemudian pada hari ketiga tim pengabdi memberikan pelatihan praktek menggunakan kamera, tepatnya pada tanggal 28 April 2020. Praktek mendesain kemasan produk tim pengabdi berikan pada hari keempat, 29 April 2020. Evaluasi setelah para siswa di lingkungan SMK Pangabdi Luhur merancang desain kemasan dan video, dilakukan pada hari kelima tepatnya pada tanggal 30 April 2020. yaitu dengan memberikan pelatihan tentang merancang desain kemasan dan menggunakan peralatan untuk proses pembuatan videografi. Rincian jadwal kegiatan PkM di SMK Pangabdi Luhur Lampung Tengah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

Hari/Tanggal	Jam	Materi	Pemateri
26 Des 2021	08:00 – 14.00	Perkenalan video iklan promosi produk	M. Redintan Justin, S.Ds. M.Ds
27 Des 2021	08:00 – 14.00	Desain Kemasan Produk	Ade Moussadecq, S.Pd, M.Sn
28 Des 2021	08:00 – 14.00	Pembuatan Karya Videografi	M. Redintan Justin, S.Ds, M.Sn

29 Des 2021	08:00 – 14.00	Pembuatan Kemasan Produk	Ade Moussadecq, S.Pd. M.Sn Hendra Kurniawan, S.Kom., M.T.I
30 Des 2021	08:00 – 14.00	Evaluasi Karya Videografi dan Kemasan Produk	Ade Moussadecq, S.Pd, M.Sn M. Redintan Justin, S.Ds, M.Ds Rohiman, S.Pd, M.Sn

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di SMK Pangabdi Luhur diperuntukkan bagi siswa/i kelas XI dengan memberikan pelatihan perancangan kemasan produk dan penggunaan kamera DSLR untuk pembuatan video. Sebelum pelaksanaan pelatihan dalam bentuk praktek, peserta pelatihan dilengkapi dengan modul sebagai panduan dalam merancang kemasan produk serta penggunaan kamera DSLR. Kegiatan pelatihan ini sangat terasa berguna bagi siswa/i, karena masih minimnya pemahaman para siswa/i dalam proses kreatif perancangan desain kemasan serta pembuatan videografi.



Gambar 1. Desain Kemasan Produk
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2. Teknik Pengambilan Gambar
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

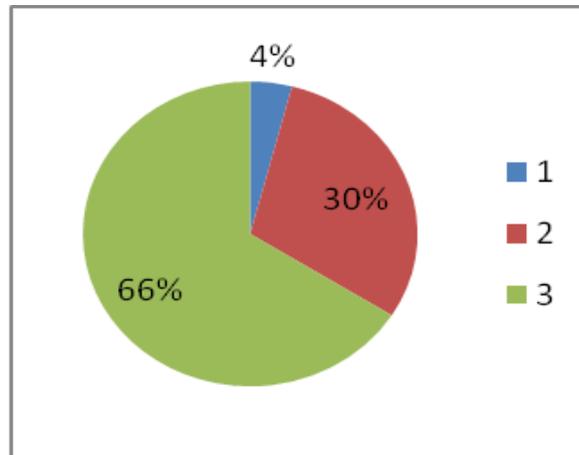
Tim pengabdian juga melakukan pretest untuk mengukur kepuasan mitra pelatihan terhadap kegiatan yang telah dilakukan, adapun hasil pretestnya adalah sebagai berikut ini :

Tabel 2. Hasil Evaluasi Mitra Pengabdian

Aspek Yang Dinilai	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang
Pengetahuan anda tentang desain kemasan sebelum pelatihan		2	15	33
Pengetahuan anda tentang pentingnya desain kemasan sebelum pelatihan			7	43
Pengetahuan anda tentang menggunakan kamera DSLR untuk membuat video sebelum pelatihan			15	35
Penyampaian materi oleh narasumber menurut anda	28	18	4	
Kemampuan mempraktekkan cara mendesain kemasan oleh narasumber	39	11		
Kemampuan mempraktekkan cara menggunakan kamera oleh narasumber	33	12	5	
Total	100	43	46	111

Dari hasil evaluasi yang telah dilakukan untuk menilai kinerja tim pengabdian, dengan 50 responden didapatkan hasil, yaitu : [1] Pengetahuan anda tentang desain kemasan sebelum pelatihan, 4% menjawab “Baik”, 30% menjawab “Cukup Baik” dan 66% menjawab “Kurang”, [2] Pengetahuan anda tentang pentingnya desain kemasan sebelum pelatihan, untuk variable ini 14% merespon “Cukup Baik” serta 86% menjawab “Kurang”, [3] Pengetahuan anda tentang menggunakan kamera DSLR untuk membuat video sebelum pelatihan, 30% menjawab “Cukup Baik” dan 70% menjawab “Kurang”, [4] Penyampaian materi oleh narasumber, untuk variable ini 56% menjawab “Sangat Baik”, 36% menjawab “Baik” dan 8% menjawab “Cukup Baik”, [5] Kemampuan mempraktekkan cara mendesain kemasan oleh narasumber, pada variable ini 78% menjawab “Sangat Baik” dan 22% menjawab “Baik”, [6] Kemampuan mempraktekkan cara menggunakan kamera oleh narasumber, variable terakhir ini 66% menjawab “Sangat baik”, 24% menjawab “Baik” dan 10% menjawab “Cukup Baik”. Respon mitra pengabdian terkait pelatihan desain kemasan produk dan videografi ini adalah sangat bermanfaat serta mampu meningkatkan pengetahuan siswa/i SMK Pangabdi Luhur tentang pentingnya kemasan serta videografi untuk pemasaran suatu produk. Diharapkan setelah kegiatan pelatihan ini, siswa/i SMK Pangabdi Luhur mampu secara mandiri mengembangkan keterampilan dasar yang telah

mereka peroleh serta mempergunakannya sebagai bekal untuk bersaing di era industri 4.0 di masa yang akan datang.



Gambar 3. Grafik Persentase Hasil Evaluasi

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian, sebanyak 66% peserta pelatihan merasa puas terhadap pelatihan ini. Dampak positif ini diperoleh karena para peserta mendapatkan pengetahuan bagaimana merancang tampilan visual kemasan produk serta video yang memiliki nilai estetis serta berpengaruh bagi pemasaran digital di era industri 4.0. Pelatihan ini juga memberikan pengetahuan bagi para siswa/i untuk mempelajari pentingnya proses kreatif dalam suatu proses perancangan. Para siswa/i hendaknya terus secara berkelanjutan belajar untuk memahami teknis dalam perancangan produk desain komunikasi visual yang nantinya akan sangat berguna bagi mereka saat masuk ke dunia industri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Supriyono, 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi,
- [2] D. Sawitri, "Revolusi Industri 4.0: Big Data Menjawab Tantangan Revolusi Industri 4.0" <https://docplayer.info/214779852-Jurnal-ilmiah-maksitek-issn-vol-4-no-3-september-2019-revolusi-industri-4-0-big-data-menjawab-tantangan-revolusi-industri-4.html> (accessed Jun. 22, 2022).
- [3] K. M. Therisnajaya, G. Karnadi, J. Suliang, and B. A. Hananto, "Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Produk Makanan (Studi Kasus: Breotic)," *Pros. Konf. Mhs. Desain Komun. Vis. KOMA DKV*, vol. 1, no. 1, Art. no. 1, Jan. 2021.
- [4] S. Tinarbuka, *DEKAVE: Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS Publishing, 2015.
- [5] R. Oktaviani, "Penerapan Prinsip Personalisasi Pada Media Pembelajaran Video Tutorial Untuk Mata Pelajaran Komposisi Foto Digital di SMK Negeri 48 Jakarta," Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, 2016.

IMPLIKASI PENYEBARAN BERITA HOAXS KAITANNYA DALAM PENEGAKAN HUKUM DI INDONESIA

Kadek Julia Mahadewi

*Fakultas Hukum dan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Bedugul No. 39 Sidakarya, Denpasar, Bali
(0361) 723077*

juliamahadewi@undiknas.ac.id

ABSTRACT

Indonesia as a state of law is seen from the provisions of Article 1 paragraph 3 of the 1945 Constitution which means a legal system that is established based on the principles and rules or norms contained in it reflected in the values contained in Pancasila as the basis of social life. Since 2019 the increase in hoax news has made how law enforcement in Indonesia deals with hoax news which is fake news whose existence is engineered. Here, how is the role of Law No. 19 of 2019 concerning Electronic Information Technology in answering the problems that exist in society against the spread of hoax news that continues to roll not apart from the role of police law enforcement, judges and prosecutors in carrying out their duties to make arrangements in implementing a rule here. the role of law enforcement in eradicating the spread of hoax news is very important in addition to synergizing with the community in creating an orderly and peaceful society.

Keywords — *Implication, of Hoax, Law Enforcement*

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara hukum dilihat dari ketentuan pasal 1 ayat 3 UUD 1945 yang artinya suatu sistem hukum yang didirikan berdasarkan asas-asas dan kaidah atau norma yang terkandung tercermin dari nilai yang ada dalam Pancasila sebagai dasar kehidupan kehidupan bermasyarakat. Penyebaran berita hoaks tentu memiliki dampak pada kehidupan masyarakat, semanjak tahun 2019 meningkatnya berita hoaks membuat bagaimana penegakan hukum di Indonesia terhadap berita hoaks yang merupakan berita bohong yang keberadaannya direkayasa. Disini bagaimana peranan Undang-Undang No. 19 Tahun 2019 Tentang Informasi Teknologi Elektronik menjawab permasalahan yang ada didalam masyarakat terhadap penyebaran berita hoaks yang terus bergulir tak lepas dari peran serta penegak hukum kepolisian, hakim dan jaksa dalam menjalankan tugasnya melakukan pengaturan dalam pelaksanaan suatu aturan disini peran penegak hukum dalam memberantas penyebaran berita hoaks sangat penting selain bersinergi dengan masyarakat dalam menciptakan kehidupan yang tertib dan damai. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar masyarakat khususnya Desa Jungutan Kabupaten Kerangasem dapat memahami bagaimana penegakan hukum dalam pemberantas berita hoaks.

Kata Kunci — *Implikasi, Hoaks, Penegakan Hukum*

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, istilah negara hukum secara konstistusional telah disebutkan pada UUD 1945 pasal 1 ayat 3. Indonesia sebagai negara hukum dilihat dari tatanan Hukum Pancasila yang artinya suatu sistem hukum yang didirikan berdasarkan asas-asas dan kaidah atau norma yang terkandung tercermin dari nilai yang ada dalam Pancasila sebagai dasar kehidupan kehidupan bermasyarakat. Artinya hukum harus dijadikan sebagai jalan keluar dalam penyelesaian masalah-masalah yang berkenaan dengan perorangan maupun kelompok baik masyarakat maupun negara. Tujuan dari adanya hokum didalam bermasyarakat dan negara,

agar terciptanya ketertiban didalam masyarakat serta kepastian bagi para pencari hukum serta keadilan hukum serta keadilan bagi masyarakat.

Penyebaran berita hoaks marak terjadi di masyarakat tentunya menimbulkan keresahan bagi masyarakat. Berita hoaks berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya berita bohong atau berita palsu Penyebaran berita hoaks didalam masyarakat, salah satunya dijumpai dalam bersosial media, banyaknya penyebaran hoaks menimbulkan keresahan masyarakat. Berdasarkan Kamus Besar Indonesia Berita hoaks adalah berita bohong atau palsu. Adapun yang termasuk dalam berita hoaks, kegiatan prank yang dilakukan dalam konten youtube, penyebaran berita kebencian, provokasi, serta penyeberan berita yang menyesatkan.

Berita hoaks merupakan berita palsu yang dimana informasi yang sesungguhnya tidak benar, tetapi dibuat seolah – olah benar adanya. Salah satu contoh berita hoaks, Kasus Siti Fitriyatul Hasanah warga Desa Jambesari. Kecamatan Jambesari Darus sholah, Kabupaten Bundowoso. Pelaku menggugah narasi palsu dari sebuah video berdurasi 47 detik yang sebenarnya petugas gabungan dari Dinkes, TNI dan Polri usai melakukan pengukuran suhu tubuh dan edukasi cuci tangan kepada masyarakat Terminal Bondowoso. Oleh pelaku video tersebut diedit narasinya dengan evakuasi secara tenaga kerja wanita dari luar negeri yang terjangkit virus corona pelaku menggugah narasi palsu pada akun facebooknya sehingga membuat kecemasan warganet dan kegaduhan warga. Sehingga pelaku ditangkap pada tanggal 18 Maret 2020.

Berdasarkan kasus diatas membuat masyarakat hati – hati dalam menyebarkan berita agar tidak tersandung hukum. Indonesia merupakan negara hukum sehingga segala perbuatan dan tindakan harus tunduk pada aturan yang berlaku. Kaitannya dalam penyebaran berita hoaks di masyarakat merupakan salah satu tindak pelanggaran hukum sehingga apabila terjadi pelanggaran akan terjerat dalam pasal dalam KUHP dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hal ini tentu sangat menarik untuk dibahas dalam pelaksanaan melakukan penyuluhan hukum di Banjar Kubupangi, Desa Jungutan kabupaten Kerangasem, merupakan suatu hal yang baru. Seperti yang kita ketahui hukum itu harus memiliki keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Hukum pada dasarnya tidak hanya sekedar rumusan hitam di atas putih saja sebagaimana dalam berbagai aturan perundang-undangan tetapi hendaknya hukum dilihat sebagai suatu gejala yang dapat diamati dalam kehidupan masyarakat [1].

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pada 2020, ini mentitik beratkan pada adanya penyuluhan hukum tentang kasus penyebaran hoaks di masyarakat yang membuat keresahan. Desa Jungutan dipakai dalam rangka pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Fakultas Hukum Universitas Pendidikan Nasional adanya permintaan dari perbekel desa untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat Desa Jungutan akan hukum dengan mengundang civitas kampus dalam memebrikan penyuluhan hukum mampu memberikan pembelajaran hukum pada masyarakat. Kegiatan Pengabdian masyarakat di Desa Jungutan Kabupaten Kerangasem bertujuan agar masyrakat tersebut lebih berhati-hati dalam penyerapan informasi, memilah milah berita dan menyampaikan berita, tidak langsung memposting ke akun sosial masing -masing karena ada ketentuan hukum yang nantinya akan dipakai dalam penanggung jawaban dalam perbuatan yang dilakukan. Perlunya

pembekalan ilmu hukum di dalama masyarakat agar terhidar dari jeratan hukum, mampu mengedukasi masyarakat agar taat akan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah guna menciptakan ketertiban dalam masayrakat. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu mengajak warga desa Jungutan Kerangasem untuk memahami tentang pentingnya hukum dalam kehidupan masyarakat adanya sosialisasi dan sesi diskusi mampu mengajak masyarakat berfikir kritis mengkaji suatu permasalahan sehingga dalam penangannya nanti bisa memilah dan memilih berita sehingga tidak menimbulkan keresahan dalam masyarakat.

Pemaparan mataeri penyebaran berita hoaks dalam penegakan hukum di Indonesia dengan menyertakan contoh kasus sebagai bahan pembelajaran ini mampu memberikan klasifikasi tentang standarisasi kategori berita dan bagaimana jika seseorang melakukan penyebaran berita hoaks yang meresahkan masyarakat tentu hal ini akan diberikan sanksi bagi pelanggarannya dengan adanya ketentuan hukum pidana pada pasal 390 KUHP [2] serta Jika melanggar ketentuan diatur dalam pasal 45 ayat (1) UU 19 Tahun 2019 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu:

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan atau denda paling banyak Rp 1.000.000.0000”.

Secara konsepsional, maka inti dari arti penegakan hukum terletak pada kegiatan menyelerasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan di dalam kaidah-kaidah yang mantap dan sebagai tindak sebagai rangkaian penjabaran nilai tahap akhir, untuk menciptakan, memelihara dan mempertahankan kedamaian pergaulan hidup [3]. Penegakan Hukum secara dalam makna yang sederhana yaitu dalam tataran aplikatif adalah upaya menegakan hukum materil agar tercipta kehidupan masyarakat yang sejahtera. Pentingnya terselenggarakan kegiatan masyarakat dalam bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Pendidikan Nasional di Kabupaten Kerangasem agar mengajak masyarakat mengetahui pengertian hukum, penegakan hukum dan kasus hukum. Memberikan pandangan tentang isu hukum yang sering terjadi didalam masyarakat penerpannya acapkali di anggap sebelah mata adalah penyebaran berita hoaks yang menimbulkan kebingungan serta engakibatkan kebecemasan dalam masyarakat dnegan kegiatan ini diadakan mengajak masyarakat agar tau standar dari kategori berita hoaks yang terjadi dalam masyarakat bagaimana resiko dalam melakukan penyebarannya. Masyarakat diajak untuk berinteraksi melalui sosialisasi dan diskusi membuka pandangan baru tentang hukum penerapannya dalam masyarakat sehingga lebih selektif dalam penyampaian berita.

II. MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas adapaun permasalahan yang ditemukan sebagai berikut:

1. Bagaimana penegakan hukum dalam kasus penyebaran hoaks di Indonesia sehingga penting diadakan sosilisasi hukum di desa Jungutan Kabupaten Kerangasem?
2. Bagaimana upaya preventif yang dilakukan dalam penyebaran hoaks?

III. METODE PELAKSANAAN

Desa Jungutan memiliki luas wilayah 1.936,00 Ha. Kondisi geografis dari desa ini yaitu ketinggian tanah dari permukaan laut 550m, banyak curah hujannya 2.907mm, dan suhu udara rata-ratanya 25C. Jarak dari pusat pemerintahan kecamatan cukup dekat, hanya berjarak 3 km, dan jarak dari pemerintahan kabupaten yaitu 14 km, namun cukup jauh dari ibu kota provinsi Denpasar, yaitu 89 km. Mayoritas mata pencaharian dari penduduk desa jungutan adalah sebagai Tani yaitu sebanyak 5.614 orang, selain itu ada juga yang menjadi karyawan, pedagang, pertukangan, pemberi jasa, sopir, guru, pegawai negeri, POLRI, perawat, dan 3 orang pensiunan. Untuk pengairan, desa Jungutan memiliki 11 buah saluran irigasi, 15 buah gorong-gorong. Untuk hasil pertanian terbanyak adalah padi, yaitu sebanyak 56 ton, untuk 80 ha. Kemudian ketela pohon sebanyak 14,16 ton untuk 35 ha. Dan selanjutnya jagung, ketela rambat, dan kacang tanah. Undis dan talas merupakan sayuran yang dihasilkan di desa ini, yaitu sebanyak 6 ton dalam 6 ha. Ada banyak buah-buahan juga yang dihasilkan desa ini, yaitu: pisang, pepaya, jeruk, mangga, durian, duku, rambutan, salak, belimbing, alpokat, dan lain-lain. Di desa jungutan ini juga terdapat kolam ikan seluas 0,5 Ha yang menghasilkan 1.500 ton ikan sepanjang bulan ini. Kemudian ayam kampung merupakan yang terbanyak dari perternakan desa jungutan yaitu sebanyak 25.950 ekor, ada juga sapi sebanyak 6.463 ekor, babi sebanyak 1.085, itik dan kambing. Pertambangan bahan galian dari desa jungutan yang terbanyak adalah pasir yaitu sebanyak 12.960 m³, kemudian batu bangunan 4.320 m³, dan batu kali sebanyak 4.220 m³.

Metode Pelaksanaan kegiatan ini Sosialisasi. Pelaksanaan dilakukan berawal dari permintaan Perbekel Desa Jungutan, Kab. Karangasem selaku penyelenggara kegiatan pada tanggal 14 Maret 2020 untuk mengundang civitas akademika Undiknas khususnya fakultas Hukum untuk memberikan penyuluhan hukum agar masyarakat dapat memperoleh edukasi terhadap hukum untuk masalah terkini. Kegiatan ini berlangsung pada Sabtu, 15 Maret 2020, Pukul 07.00-15.00. Undangan yang hadir meliputi perangkat desa warga banjar Kubupangi dan peserta dari masyarakat serta siswa SMP Negeri 1 Atap Jungutan. Selama kegiatan berlangsung, antusiasme peserta terlihat saat mendengarkan materi dan memanfaatkan sesi diskusi di akhir acara. Beberapa peserta aktif dalam kegiatan diskusi dengan memberikan pertanyaan yang terkait dengan materi yang diberikan serta pengalaman dari keresahan masyarakat terhadap berita-berita hoaks yang tersebar di Indonesia. Terselenggaranya kegiatan ini, dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang Kriteria yang termasuk berita hoaks dan hukuman yang diperoleh dalam melakukan penyebaran berita hoaks berkaitan dengan ketentuan hukum yang terkait dalam berita hoaks. Hal ini tentu membuat masyarakat lebih hati-hati dalam menyerap berita dan menginformasikan berita yang ada sehingga mampu menciptakan ketertiban dalam masyarakat dan bernegara.

Adapun Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dalam upaya memberikan pelayanan terhadap masyarakat agar patuh akan hukum. Sejatinya hukum bertujuan agar menciptakan masyarakat yang tertib dan teratur.



Gambar 1. Foto Kegiatan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan selama 1 hari yaitu 14 Maret hingga 15 Maret 2020 di Desa Jungutan Kabupaten Kerangasem. Adanya kegiatan ini mampu memberikan pengembangan mengedukasi masyarakat paham akan hukum dengan bentuk memberikan sosialisasi dan diskusi mampu membuat masyarakat paham pentingnya hukum dan penegakan hukum dalam masyarakat. Adanya Pembahasan isu strategis yang terjadi dalam masyarakat penyebaran hoaks atau berita palsu yang sering terjadi dalam masyarakat tanpa masyarakat sadari apabila tidak diberikan pengarahan akan batasan akan mengakibatkan buruk di dalam masyarakat timbulnya keresahan, kecemasan dalam masyarakat serta bagi masyarakat yang ikut menyebarkan akan tersandung jeratan hukum tentu hal ini sangat disayangkan apabila tidak ditangani dengan pembekalan yang dibungkus dalam sosialisasi sarana yang dipakai mendekat dalam masyarakat.

Pengaturan dan Penegakan Hukum Penyebaran Berita Hoaks di Indonesia

Berdasarkan data survei pada awal Januari 2019, pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 20 juta orang. Indonesia memiliki pengguna sosmed berkisar pada angka 23-24 juta orang pada awal tahun 2020. Hal tersebut menunjukkan tingginya pemakaian sosial media di Indonesia sehingga penyebaran berita hoaks Indonesia retan terjadi, perilaku seperti ini tentu membahayakan kehidupan bangsa dan bernegara dengan adanya penyebaran berita hoaks yang merupakan berita bohong yang dibuat seolah-olah benar adanya mampu membuat keresahan keretakan dalam warga negara. Penyebarannya begitu cepat dilakukan dengan unggahan dalam media sosial yang menjadikan viral di pihak warganet. Adanya penyebaran berita hoaks tentu dirasa merugikan adanya muatan unsur SARA, kebencian dan provokator sehingga penegakan hukumnya sangat diperlukan dalam masyarakat agar tidak terjadi kesesatan.

Pengaturan Berita Hoaks

Istilah hoaks/ hoax tidak dikenal dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Tetapi ada beberapa peraturan yang mengatur berita hoaks atau berita bohong. Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik [4]. (UU 19 Tahun 2016) mengatur mengenai penyebaran berita bohong di media elektronik (termasuk sosial media) menyatakan:

Setiap Orang dengan dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

- a. Jika melanggar ketentuan Pasal UU ITE ini dapat dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalam pasal 45 ayat (1) UU 19 Tahun 2019 yaitu:

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan atau denda paling banyak Rp 1.000.000.0000”.

Perbuatan yang diatur dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE merupakan salah satu perbuatan yang dilarang dalam UU ITE. Ketentuan hukum penyebaran berita bohong yang disebarakan melalui media sosial yang bukan bertujuan untuk menyesatkan konsumen, dapat dipidana menurut UU ITE teragantung dari mautan ketentuannya yang disebarkan:

1. Jika berita bohong bermuatan kesusilaan maka dijera pidana berdasarkan Pasal 27 ayat 1 UU ITE;
2. Jika bermuatan perjudian maka dapat dipidana berdasar Pasal 27 ayat 2 UU ITE;
3. Jika bermuatan penghinaan dan atau pencemaran nama baik dipidana berdasarkan nama baik dipidana bersdarkan Pasal 27 ayat 3 UU ITE;
4. Jika bermuatan pemerasan dan atau pengancaman dipidana berdasarkan pasal 27 ayat 4 UU ITE;
5. Jika bermuatan menimbulkan rasa kebencian berdasarkan SARA dipidana berdasarkan Pasal 28 Ayat 2 UU ITE;
6. Jika bermuatan ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditunjukan secara pribadi dipidana pasal 29 UU ITE.

Pasal 390 Kitab - Kitab Undang Hukum Pidana (KUHP) Juga mengatur hal yang serupa walaupun dengan rumusan yang sedikit berbeda:

Barang siapa dengan maksud hendak menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hak menurunkan atau menaikkan harga barang dagangan. Fonds atau surat berharga uang dengan menyiarkan kabar bohong dihukum penjara selama-lamanya dua tahun delapan bulan.

Penegakan hukum mengandung tiga unsur diperhatikan kepastian, keadilan dan kemanfaatan. Kepastian hukum merupakan dimana hukum itu berlaku dalam peristiwa konkret kaitannya disini bahwa dengan dikeluarkan Undang-Undang 19 Tahun 2016 tentang ITE mampu memberikan landasan hukum dalam mengatasi persoalan penyebaran

hoaks. Keadilan yang dimaksud disini penegakan hukum berkeadilan artinya dalam melakukan penegakan pengaturan penyebaran berita hoaks tidak adanya Peraturan-Peraturan Hukum yang tumpang tindih serta bertentangan antara satu dengan yang lainnya. Kemanfaatan, dimaksud disini jangan sampai penegakan hukum menimbulkan keresahan atau kegaduhan didalam masyarakat sehingga hukum dirasa menjamin kelangsungan hidup masyarakat.

Hukum bagi kita dalah sesuatu yang bersifat *supreme* atau paling tinggi di antara lembaga-lembaga tinggi negara lain. Dari konsepsi demikian maka tumbuhlah kesadaaraan keadilan, istilah 'supremasi hukum' dimana hukum ditempatkan pada yang tertinggi di antar dimensi-dimensi kehidupan yang lain terutama dimensi politik. Era reformasi telah bergulir akan tetapi berubah kinerja dan penegakan hukum. Indikasu kinerja hukum yang bercirikan dijelaskan oleh Mahfud MD sebagai berikut [5]:

1. Pembuatan sangat sentralistis dan tidak partisipatif karena didorong oleh negara.
2. Isinya cenderung kuat pada watak positivistik instrumentalistik dalam arti lebih berorientasi pada membenaran atas program-program dan kehendak negara daripada program yang berorientasi ke bawah.
3. Lingkup muatan bersifat "open interpretatif".
4. Penegakannya sering dilakukan dengan cara pembelokan atas kasus yang kuat sebagai kasus hukum menjadi kasus administratif.

Dalam memerangi hoaks, dibutuhkan perhatian dan kerjasama dari semua kalangan, mulai dari pemerintah hingga masyarakat, termasuk media yang dalam hal ini mengambil peran yang sangat penting dalam penyebaran hoaks. Peran media sendiri dalam memerangi berita hoaks hingga saat ini masih belum nyata, sebab dengan konvergensi media, justru malah menjadi ajang rebutanviewer khususnya bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang pendidikan mengenai jurnalistik. Padahal, dalam asas kode etik jurnalistik, menganut tiga point yakni, Asas Demokratis, Asas Profesionalitas dan Asas Moralitas, namun dalam praktiknya di zaman yang dipenuhi dengan kecakapan teknologi, ketiga asas tersebut terkesan dikesampingkan. Tidak hanya peran media yang dalam hal ini harus dikuatkan namun aparat penegak hukum punmemiliki tugas penting dalam memerangi berita hoaks. Walaupun saat ini Indonesia telah memiliki Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dapat digunakan untuk menjerat para pelaku pembuat dan penyebar hoaks, namun tetap saja berita hoaks masih menjamur. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan kerjasama yang solid antara penegak hukum dan pihak-pihak terkait termasuk media dan masyarakat dalam memerangi berita hoaks.

Dewasa ini masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi melalui media massa elektronik maupun media cetak, termasuk mengenai kasus terkini. Media sosial menjadi tempat yang paling mudah untuk membagikan dan mendapatkan berbagai informasi seputar hal-hal terkini yang sedang menjadi pembicaraan dan perhatian publik. Namun, sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa tidak semua orang dapat memanfaatkan media sosial dengan baik dan bijaksana. Hal ini dapat dilihat dari maraknya berita hoaks yang tersebar di berbagai platform media sosial, baik itu facebook, instagram, whatsapp, twitter dan lain sebagainya.

Menurut ketentuan Pasal 27 Ayat (1), (3), Pasal 28, Pasal 35, 36 dan 37 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, pelaku dan pihak terkait penyebaran berita bohong atau hoaks dan penyebaran ujaran kebencian dapat dikenaisanksi pidana sebagaimana disebutkan dalam ketentuan pasal undang-undang tersebut.

Pada hakikatnya bukan saja instrumen hukum yang bersifat khusus mengatur penyebaran berita bohong. Hanya saja pasal tersebut digunakan sebagai sarana untuk menekan jumlah penyebaran berita bohong yang semakin mengganggu ketertiban masyarakat memberikan sanksi kepada pihak yang dengan sengaja menyebarkan berita yang bermuatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, berisi ujaran kebencian berdasarkan SARA, dengan sengaja memanipulasi fakta. Mengingat perbuatan-perbuatan sebagaimana dijelaskan tersebut diatas merupakan perbuatan yang dilarang, maka para pelakunya dapat dikenai sanksi pidana sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 45 Ayat (1) dan (2) dan Pasal 51 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Praktiknya Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik [4] sendiri masih belum efektif karena masihnya meningkatnya penyebaran berita hoaks di masyarakat sehingga perlunya diadakan sosialisasi dalam penerapan aturan hukumnya agar membuat efek jera pada pelakunya.

Upaya Preventif Dalam Penyebaran Berita Hoaks di Indonesia

Keberadaan berita hoaks semenjak tahun 2019 mengalami peningkatan adapun faktor yang membuat penyebaran berita hoaks semakin meningkat sebagai berikut:

1. Kemajuan teknologi yang kian meningkat membuat masyarakat mempermudah akses berita sehingga tidak memperhatikan sumber berita yang diperoleh terpercaya atau tidak.
2. Adanya rasa malas masyarakat mencari informasi secara utuh sehingga tanpa menyortir menyebarkan apa yang didapat dari media sosialnya.
3. Unsur politik dalam masyarakat sehingga membuat penyebaran berita hoaks semakin tinggi.

Ketidaksesimbangan antara penyebaran informasi dan kebenaran data menjadi salah satu pemicu maraknya penyebaran berita hoaks. Selain faktor-faktor yang mengakibatkan penyebaran berita hoaks di Indonesia sangat masif, motif dari media-media tersebut menjadi indikator terbesar dalam penyebaran hoaks di Indonesia. Berita hoaks dimungkinkan sengaja dibuat atau disebarluaskan dengan maksud menyesatkan cara berpikir individu maupun masyarakat tentang suatu hal karena tertipu berita atau opini hoaks tersebut. Berita hoaks tersebut dimungkin dibuat untuk menyerang lawan politik maupun untuk menjatuhkan kompetitor/pesaing bisnis. Oleh karena itu diperlukannya pemahaman bagi seluruh masyarakat untuk mengetahui ciri-ciri dari berita hoaks tersebut. Adapun ciri dari berita hoaks tersebut yaitu:

1. Sumber berita yang tidak valid/terpercaya.
2. Adanya sebuah rekayasa pada konten dalam berita tersebut, baik itu foto maupun videonya.

3. Mengandung kalimat-kalimat yang memancing emosi masyarakat (provokatif).
4. Biasanya terdapat unsur politik dan sara.
5. Menimbulkan pro dan kontra (ada yang tidak percaya/ada yang percaya).
6. Adanya unsur clickbait (tidak adanya kesesuaian antara judul dan isi berita).

Pengetahuan terhadap ciri-ciri berita hoaks dapat mengurangi adanya korban yang semakin banyak dari penyebaran berita hoaks. Perlindungan terhadap korban berita hoaks tersebut perlu dijamin oleh negara Indonesia sebagai negara hukum oleh karena berita hoaks tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi berbagai pihak. Adapun contoh kasus penyebaran berita hoaks yang meresahkan masyarakat sebagai berikut, Kasus Siti Fitriatul Hasanah warga Desa Jambesari. Kecamatan Jambesari Darus sholat, Kabupaten Bondowoso. Pelaku menggunggah narasi palsu dari sebuah video berdurasi 47 detik yang sebenarnya petugas gabungan dari Dinkes, TNI dan Polri usai melakukan pengukuran suhu tubuh dan edukasi cuci tangan kepada masyarakat Terminal Bondowoso. Oleh pelaku video tersebut diedit narasinya dengan evakuasi secara tenaga kerja wanita dari luar negeri yang terjangkit virus corona pelaku menggugah narasi palsu pada akun facebooknya sehingga membuat kecemasan warganet dan kegaduhan warga. Sehingga pelaku ditangkap pada tanggal 18 Maret 2020. Pada 2 Februari 2020, seorang ibu rumah tangga (IRT) di Kota Palangkaraya, Kalteng harus berurusan dengan hukum lantaran menyebarkan informasi palsu (hoaks) terkait penculikan anak dan penjualan organ tubuh manusia. Tersangka adalah, NR (64) seorang oknum Ketua Rukun Tetangga (RT) di Kelurahan Langkai, Kecamatan Pahandut, earga Jalan RT Amilono, Kota Palangka Raya. Ia mengaku telah menyebarkan informasi hoaks melalui grup WhatsApp tentang penculikan anak dan penjualan organ tubuh. ideo yang diklaim sebagai banjir bandang Cicurug Sukabumi tersebut beredar di aplikasi percakapan WhatsApp dan diunggah di media sosial. Serta Video menampilkan luapan air sungai ke daratan, air tersebut terlihat menyapu semua benda yang ada di daratan, seperti bangunan dan kendaraan. Dalam video yang diambil dari ketinggian tersebut terdengar suara sejumlah orang yang berteriak. Hasil penelusuran Cek Fakta Liputan6.com, klaim video peristiwa banjir bandang Cicurug Sukabumi tidak benar. Video tersebut telah beredar di YouTube sebelum kejadian banjir bandang Cicurug Sukabumi, pada Senin 21 September 2020. Video tersebut adalah peristiwa tsunami yang melanda Jepang, pada 2011.

Berdasarkan contoh berita hoaks yang terjadi di atas, masyarakat tentu bisa dipastikan menyebabkan keresahan masyarakat karena kurangnya keseimbangan berita sehingga perlu upaya preventif dalam menangani kasus penyebaran berita hoaks di masyarakat. Keterkaitan dengan dikeluarkannya aturan hukum yang dapat menjerat pelaku penyebaran hoaks berupa pasal 360 KUHP serta UUIITE sebagai instrument pengendali dalam Pengaturan berita hoaks dan Sinergisitas antara kelembagaan aparat penegak hukum dengan masyarakat merupakan kunci utama dalam pencegahan dan penegakan hukum penyebaran berita bohong . Adanya peran penegak hukum dari kepolisian dalam mengkawal kasus penyebaraan berita hoaks dengan segera menangkap dan memproses hukum penyebar berita hoaks, selain dengan adanya ketentuan hukum dalam KUHP serta UUIITE menjerat pelaku, adanya vonis yang jelas dan tegas bagi para pelaku menimbulkan

efek jera agar tidak mengulangi kesalahan serta peran serta masyarakat bijaksana dalam bersosial media.

Terakhir adanya edukasi dari pemerintah mengenai kriteria apa saja yang termasuk berita hoaks, dampak dari penyebaran berita hoaks dan akibat dari penyebaran berita hoaks yang dilakukan seseorang hal bisa dilakukan dengan adanya seminar hukum bagi masyarakat dan penyuluhan hukum dilakukan dalam suatu daerah, sekolah dan tempat kerja. Adanya sosialisasi dengan ceramah dan diskusi tentu membuat lapisan masyarakat mengerti dan menerapkan aturan yang ditetapkan oleh pemerintah sehingga terwujudnya ketertiban dalam masyarakat. Undang-undang bisa berlaku efektif apabila masyarakatnya patuh akan aturan yang dikeluarkan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan pengabdian masyarakat ini:

1. Adanya Sosial media merupakan sarana efektif dalam penyebaran berita hoaks melihat dari tingginya jumlah pengguna sosial media di Indonesia. Berita Hoaks berupa berita bohong yang dibuat seolah-olah benar yang berisi beberapa unsur muatan fitnah, kebencian, SARA, provoktor dan kesesatan. Tujuan semata penyebaran berita hoaks menggiring opini publik. Penegakan hukum yang dilakukan dalam penyebaran berita hoaks Pemerintah Indonesia merupakan suatu tindak pidana dapat dilakukan proses hukum oleh kepolisian berdasarkan pasal 360 KUHP serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diatur pada pasal 28 dan pasal 45. Masyarakat Jugutan diharapkan agar bijak dalam penggunaan sosial media sehingga tidak terjerat akan kasus hukum dikaitkan dalam pelanggaran hukum pidana dijerat akan ketentuan pasal 360 KUHP dan Pasal 28 UU ITE
2. Upaya preventif yang dapat dilakukan dalam penyebaran berita hoaks adalah adanya pengadaan pengabdian dalam masyarakat yang berbasis sosialisasi hukum dakan isu hukum yang sering terjadi dalam masyarakat, adanya sinergitas antara UU ITE, penegak hukum serta masyarakat. Artinya dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diharapkan mampu mengatasi permasalahan mengenai hoaks sebagai instrument pengendali, serta aparat hukum sebagai kontrol terhadap pelanggaran yang terjadi dan masyarakat sebagai pelaksana peraturan dengan sinergitas ini diharapkan mampu menekan penyebaran hoaks. Dilaksanakan Seminar tentang penyebaran hoaks, penyuluhan dan sosialisasi tentang hoaks juga dapat membantu penyebaran hoaks masyarakat menjadi tereduksi akan masalah yang terjadi sehingga dapat bijak dalam bersosial media.

SARAN

Adapun saran yang dapat diambil dalam pembahasan ini sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat Br. Kubupangi, Desa Jungutan, Kab. Karangasem
Agar masyarakat dalam menyebarkan berita hendaknya lebih selektif dan mencari sumber terpercaya agar tidak turut serta dalam penyebaran hoaks.
2. Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan mampu mengkaji problematika penyebaran berita hoaks dan penegakan hukum di Indonesia serta mampu mengedukasi Masyarakat Br. Kubupangi, Desa Jungutan, Kab. Karangasem dengan kajian analisis dan teoritis di barengi dengan fakta-fakta empiris di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Warasih Pujirahayu, *Budaya Hukum Pancasila*. Yogyakarta: Tahafamedia, 2014.
- [2] R. Sekretariat Negara, “Undang-Undang No. 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana (KUHP),” 1946.
- [3] S. Soekanto, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- [4] *Undang-Undang No19 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251)*.
- [5] M. Mahfud MD, *Wacana Politik Hukum & Demokrasi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.

PENGGUNAAN APLIKASI SISTEM KENDALI MUTU PROGRAM PERTANAHAN (SKMPP) PADA SUB.BAGIAN PERENCANAAN, EVALUASI, DAN PELAPORAN DI KANTOR WILAYAH BADAN PERTANAHAN NASIONAL PROVINSI LAMPUNG

¹Gwyn Cyril Vertido Somera, ²Nurfiana

^{1,2}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 3514
(0721)787214

ABSTRACT

In the Ministry of Agrarian Affairs and Spatial Planning / National Land Agency is one of the ministries engaged in land and there are regional offices and land offices in various regions in Indonesia. At the Regional Office of the National Branch Agency which is a place for internships / work of constituent practices using an application called the Land Program Quality Control System (SKMPP). This application is to recapitulate the latest data on May 28, 2021, the Performance Value of each Work Unit (Satker) and then compile a Satker Performance Value Comparison in the Regional Office of the National Land Agency of Lampung Province. From the existing explanation, it is expected that the application of the Land Program Quality Control System to be more easily understood and used by interns in order to do the work given properly and correctly and can be developed for the better.

Keywords—SKMPP, Satker, Regional Office of the National Land Agency

ABSTRAK

Di Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional adalah salah satu kementerian yang bergerak di bidang pertanahan dan terdapat kantor wilayah dan kantor pertanahan di berbagai daerah di Indonesia. Pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional yang menjadi tempat magang/kerja praktik penyusun menggunakan aplikasi yang bernama Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan (SKMPP). Aplikasi ini untuk merkapitulasi data terbaru pada 28 Mei 2021 Nilai Kinerja setiap Satuan Kerja (Satker) lalu menyusun Komparasi Nilai Kinerja Satker di Lingkungan Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung. Dari penjelasan yang ada diharapkan agar aplikasi Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan agar lebih mudah dipahami dan digunakan oleh peserta magang agar bisa mengerjakan pekerjaan yang diberikan dengan baik dan benar serta bisa dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

Kata Kunci—SKMPP, Satker, Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional

I. PENDAHULUAN

Aplikasi SKMPP adalah perangkat lunak yang dibangun dan dikembangkan sebagai instrumen untuk memantau, mengevaluasi dan melaporkan dalam rangka mengendalikan pelaksanaan Program Pertanahan, Agraria dan Tata Ruang di dalam sistem informasi Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional [2]. Petugas Operator SKMPP yang selanjutnya disebut Operator SKMPP adalah pegawai yang ditunjuk untuk melaksanakan tugas mengoperasikan Aplikasi SKMPP [2].

Peranan SKMPP antara lain, Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kinerja pelaksanaan program-program ATR/ BPN agar dapat berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan. Monitoring melalui SKMPP dilakukan terhadap seluruh program yang dilaksanakan oleh Pusat maupun Kanwil dan Kantor Pertanahan sesuai dengan kegiatan yang ada didalam DIPA masing-masing. Eksisting dalam aplikasi SKMPP sekarang terdapat 57 kegiatan/program berbasis Rupiah Murni yang dipantau dan dievaluasi. Selain data dan informasi mengenai program/kegiatan juga harus diisi untuk menjadi informasi yaitu data profil kantor dan laporan hambatan kendala dan masalah pelaksanaan program [1][3].

Pada pelaksanaan magang/kerja praktik diharuskan untuk dapat menggunakan aplikasi tersebut agar dapat bisa membantu mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan yang ada di lapangan. Namun karena aplikasi ini hanya bisa diakses oleh petugas operator/pegawai yang ditunjuk untuk menjalankannya sehingga peserta magang kesulitan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka dalam jurnal yang berjudul Penggunaan Aplikasi Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan (SKMPP) Pada Sub.Bagian Perencanaan, Evaluasi, dan Pelaporan di Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung ini diharapkan bisa menjadi salah satu cara agar para peserta magang yang ada di Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung ini dapat bisa melakukan pekerjaannya dengan baik dan pelaksanaan magang ini terlaksana dengan lancar.

II. MASALAH

Identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai bahan pertimbangan penyusunan program individu maupun kelompok Kerja Peraktek (KP), antara lain:

1. Bagaimana cara penggunaan pada aplikasi ini?
2. Bagaimana cara memaksimalkan aplikasi ini agar bisa berguna untuk banyak hal di bidang ini?
3. Bagaimana cara mahasiswa agar dapat memahami cara pemakaian aplikasi tersebut?

III. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan di Sub.Bagian Perencanaan, Evaluasi, dan Pelaporan pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Provinsi Lampung. Dengan durasi pelaksanaan magang/kerja praktek ini adalah selama 3 bulan lamanya.

Metode yang digunakan berupa studi kasus yang dilakukan di lapangan. Pengumpulan data yang saya dapatkan berasal dari Mentor lapangan serta karyawan yang bertugas di Sub.Bagian Perencanaan, Evaluasi, dan Pelaporan pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Provinsi

Lampung. Pada saat pemberian materi oleh mentor, mahasiswa dapat mencatat cara pengerjaan dan mempraktekkan apa yang diajarkan oleh mentor dan dapat mengimplementasikannya dengan maksimal saat terdapat tugas serupa.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan, Agraria dan Tata Ruang, yang disebut juga SKMPP adalah sistem pengendalian internal Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional, yang menjadi bagian integral dari sistem manajemen untuk memantau, mengevaluasi, dan melaporkan dalam rangka mengendalikan pelaksanaan Program ATR/BPN agar berjalan sesuai dengan rencana, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

SKMPP menghasilkan data berupa informasi kinerja Program ATR/BPN dari Kementerian, Kantor Wilayah BPN dan Kantor Pertanahan. Tata kelola SKMPP, meliputi:

- a. Pengisian dan realisasi target fisik dan anggaran serta pelaporan pelaksanaan Program ATR/BPN;
- b. Pemutakhiran data;
- c. Pemantauan;
- d. Pengisian profil kantor;
- e. Pengelolaan aplikasi SKMPP; dan
- f. Pemanfaatan hasil SKMPP. [1]

Selama proses kegiatan magang/kerja praktik selama 3 bulan diharapkan dapat berdampak positif untuk Sub.Bagian Perencanaan, Evaluasi, dan Pelaporan. Beberapa hasil yang didapat:

1. Penggunaan Aplikasi Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan (SKMPP)



Gambar 1. Antarmuka Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan

FASE DAN REALISASI PMP TAHUN ANGGARAN 2021
KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN LAMPUNG TENGAH
 KEADAAN SAMPAI DENGAN 30 MARET 2021

NO	URAIAN AKUN	VOLUME		RUANGKUP		%
		DIPA	REALISASI	DIPA	REALISASI	
1	TARGET PENBIMBANGAN	6.013 Layanan	- Layanan	1.626.178.000	-	0,00%
2	PAJU BELANJA					
a.	Survei dan Pemetaan Tematik	2.000 Layanan	- Layanan	107.436.000	-	0,00%
	536113 Belanja Modal Bahan Baku Aspek Tetap Lainnya/Asst Lainnya			17.794.000	-	0,00%
	536117 Belanja Modal Perjalanan Asst Tetap Lainnya/Asst Lainnya			89.642.000	-	0,00%
b.	Pengukuran dan Pemetaan Katalinral	3.000 Layanan	- Layanan	409.816.000	-	0,00%
	521811 Belanja Barang Persediaan Barang Konsumsi			204.700.000	-	0,00%
	521211 Belanja Bahan			31.225.000	-	0,00%
	521219 Belanja Barang Non Operasional Lainnya			170.637.000	-	0,00%
	524111 Belanja Perjalanan Dinas Biasa			2.248.000	-	0,00%
c.	Pengaturan Tanah Komunal, Rukungan Kefembagaan dan PPKT	15 Layanan	- Layanan	11.753.000	-	0,00%
	521211 Belanja Bahan			1.029.000	-	0,00%
	521811 Belanja Barang Persediaan Barang Konsumsi			2.874.000	-	0,00%
	522151 Belanja Jasa Profesi			3.300.000	-	0,00%
	524111 Belanja Perjalanan Dinas Biasa			4.550.000	-	0,00%
d.	Penetapan Hak Tanah dan Ruang	1.000 Layanan	- Layanan	307.672.000	-	0,00%
	521211 Belanja Bahan			7.128.000	-	0,00%
	521219 Belanja Barang Non Operasional Lainnya			70.483.000	-	0,00%
	521811 Belanja Barang Persediaan Barang Konsumsi			56.086.000	-	0,00%
	521219 Belanja Honor Output Kegiatan			165.000.000	-	0,00%

Gambar 3. Pagu dan Realisasi PNPB Tahun Anggaran 2021

4. Penyusunan Komparasi Nilai Kinerja Satuan Kerja (Satker) di Lingkungan Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Lampung

Rekapitulasi data terbaru pada 28 Mei 2021 Nilai Kinerja setiap Satuan Kerja (Satker) lalu menyusun Komparasi Nilai Kinerja Satker di Lingkungan Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung. Dengan menyusun Komparasi Nilai Kinerja maka, Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung dapat memperoleh data yang sinkron dengan fakta dan sistematis dalam menilai suatu pekerjaan. [1]



Gambar 4. Rekapitulasi Nilai Kinerja Satker

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa yang dilakukan penyusun selama melaksanakan Magang di Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung dengan data-data yang ada, maka penyusun dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Mendapatkan pengalaman bagaimana terjun langsung dalam dunia kerja dalam kegiatan Magang ini dan belajar bersosialisasi dengan para staff.
2. Dapat melatih belajar rasa disiplin dan rasa tanggung jawab dalam bekerja dan penyusun pun belajar untuk bekerja dalam tim ataupun mandiri untuk melaksanakan pekerjaan hingga selesai.
3. Melakukan pengecekan nilai kinerja pada setiap satuan kerja yang ada di lingkungan Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung, kemudian dijadikan satu file dan disampaikan kepada staff yang bersangkutan.
4. Dapat melakukan penyusunan dan rekapitulasi anggaran Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) pada periode Januari, Februari, dan Juli dengan data yang diberikan oleh salah satu staff SubBag. Perencanaan, Evaluasi, dan Pelaporan. Data yang diambil, didapatkan dari aplikasi sistem pada aplikasi Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan (SKMPP) yang di sediakan Kementrian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional.
5. Dapat memahami dan membantu mengerjakan sebagian tugas dan fungsi Sub.Bagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan (PEP) yang dalam pelaksanaannya memerlukan data, koordinasi, serata analisisnya.

SARAN

Dari hasil selama saya melakukan kegiatan Magang Pada Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Lampung dapat dilaksanakan dengan baik kedepannya saya berharap :

1. Mentor dan para staff yang bertugas agar tidak perlu sungkan memberikan tugas kepada para peserta magang dan kepada peserta magang yang akan datang, dan dapat memberikan kepercayaan kepada peserta magang untuk membantu pekerjaan. Dan para peserta magang diberikan tugas sesuai dengan program keahlian yang dimilikinya, biarpun berbeda tetapi masih ada kaitannya dengan jurusan.
2. Waktu magang ditambahkan lagi, agar para peserta magang bisa lebih banyak mempelajari dan merasakan dunia pekerjaan yang lebih nyata.
3. Agar pada aplikasi Sistem Kendali Mutu Program Pertanahan agar lebih mudah dipahami dan digunakan oleh peserta magang agar bisa mengerjakan pekerjaan yang

diberikan dengan baik dan benar serta bisa dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

4. Agar dapat menciptakan aplikasi kearsipan data agar lebih mudah dan tertata lagi dalam penyimpanan dan pencarian di kemudian hari oleh para staff yang bertugas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Biro Hubungan Masyarakat Kementerian ATR/BPN. atrbpn.go.id.
<https://www.atrbpn.go.id/?menu=baca&kd=ExQV517GP8W7CozUAzLbfasZVWf0lAJdXXthKrvpGjiC8Mf4BHi0N9wDzoZ/ngbb>. Desember 01, 2020
- [2] M. Agraria, D. A. N. Tata, K. Badan, P. Nasional, K. Badan, and P. Nasional, “Menteri agraria dan tata ruang/ kepala badan pertanahan nasional,” pp. 2015–2016, 2018.
- [3] T. Rachman, “Pedoman Perencanaan Program dan Anggaran, Kerjasama, Pemantauan, Evaluasi dan Pelaporan tahun 2020,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., pp. 10–27, 2018.

PELATIHAN BRANDING PRODUK UMKM BAGI WARGA KELURAHAN MULYO JATI KOTA METRO

Abdi Darmawan¹, Ade Moussadecq², Rohiman³, Hendra Kurniawan⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kel. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung
(0721) 787214

¹abdidarmawan@darmajaya.ac.id

²ademoushadeq@darmajaya.ac.id

³rohiman@darmajaya.ac.id

⁴hendra.kurniawan@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

The Community Service Team (PKM) of the Visual Communication Design Study Program has carried out PKM activities in Mulyojati Village, Metro City with a focus on service in the form of MSME product branding training for residents of Metro City Urban Village. The important role of product branding in a marketing activity is the background of this activity. The brand of a product will be easily remembered by potential consumers because of the emotions and imagination of consumers (brand awareness) that arise due to the impact of the branding. The method applied in this activity is the Presentation Method regarding the definition, function, purpose and benefits of product branding. After completing the knowledge presentation, the service team conducted an evaluation in the form of a survey to residents, according to the results of the survey, 68.6% of residents rated the training according to their needs and beneficial for marketing in the current era of information technology.

Keywords— Training, Branding, Product

ABSTRAK

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Prodi Desain Komunikasi Visual telah melaksanakan kegiatan PKM di Kelurahan Mulyojati Kota Metro dengan focus pengabdian berupa pelatihan *branding* produk UMKM bagi warga Kelurahan Kota Metro. Pentingnya peranan *branding* produk dalam sebuah kegiatan pemasaran melatar belakangi kegiatan ini. Merek suatu produk akan mudah diingat oleh calon konsumen karena adanya emosi dan imajinasi konsumen (brand awernes) yang timbul karena dampak dari *branding* tersebut. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah Metode Presentasi mengenai defenisi, fungsi, tujuan dan manfaat *branding* produk. Setelah selesai pelaksanaan pemaparan pengetahuan, tim pengabdian melakukan evaluasi berupa survey kepada warga, sesuai dengan hasil survey 68,6 % warga menilai pelatihan sesuai kebutuhan mereka dan bermanfaat bagi pemasaran di era teknologi informasi saat sekarang ini.

Kata Kunci— Pelatihan, Branding, Produk

I. PENDAHULUAN

Para pelaku usaha berharap agar produk maupun jasa yang ditawarkan dapat diingat oleh masyarakat saat mereka menjalankan usahanya. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan kesan yang dapat diingat oleh calon konsumen, salah satunya dengan menciptakan *brand* (merek). *Brand* merupakan suatu identitas pembeda yang mewakili

suatu produk. Suatu *brand* diciptakan oleh perusahaan dengan tujuan agar membedakan antara produk yang satu dengan produk lain, serta untuk identifikasi produk agar berbeda dengan kompetitornya [1]. Dalam rangka memperkenalkan *brand* kepada calon konsumen, maka suatu entitas akan melakukan kegiatan *branding*.

Tinarbuko menyatakan bahwa *branding* merupakan usaha yang dilakukan suatu entitas dalam rangka proses membangun dan membesarkan *brand* mereka. Bagi suatu entitas *branding*, bukan hanya sekedar merek tetapi juga sebagai *image* atau citra entitas tersebut secara keseluruhan serta bagaimana masyarakat merasa bahwa entitas tadi merupakan yang terbaik dari kompetitornya [2].

Tahapan dalam melakukan kegiatan *branding*, salah satunya yaitu bagaimana merancang wajah visual atau logo yang merupakan komponen penting dalam kegiatan *branding*. Logo merupakan visualisasi dari merek (*brand*) yang pertama sekali diingat oleh para calon konsumen, seperti misalnya logo Unilever maka konsumen akan mengingat huruf U dengan warna biru. Dari logolah semua yang berkaitan dengan kualitas produk yang ditawarkan akan dinilai oleh calon pembeli. Desain logo merupakan karya desain yang melibatkan unsur seperti bentuk, warna, tekstur, ruang yang berfungsi sebagai identitas usaha untuk membedakannya dengan kompetitornya. Pada awalnya istilah yang lebih populer yaitu *logotype*, istilah ini muncul tahun 1810 – 1840 diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* (manual) serta menggunakan jenis huruf tertentu [3]. Selanjutnya, logo adalah sebuah tanda secara langsung yang tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya berfungsi dalam pemasaran secara signifikan [4]. Calon konsumen akan mampu mengingat perbedaan antara suatu brand dengan kopetitornya meskipun sama-sama menjual produk yang serupa.

Kelurahan Mulyojati merupakan wilayah bagian di kota Metro, yang merupakan salah satu kawasan produksi UMKM. Banyaknya pelaku UMKM di kelurahan ini dikarena faktor terdapatnya suatu destinasi wisata kuliner yaitu Jamur Sawah. Para pelaku usaha tadi memproduksi produk UMKM seperti makanan serta cemilan yang tidak hanya dipasarkan di kawasan Jamur Sawah saja, tetapi juga dipasarkan di luar kota Metro seperti di kota Bandar Lampung. Dengan adanya kegiatan pemasaran produk UMKM yang sifatnya dinamis ini, tentunya para pelaku usaha tadi membutuhkan *branding* produk UMKMnya supaya dikenal oleh calon konsumen di luar Kota Metro. Melalui kegiatan pelatihan *branding* produk UMKM ini, tim pengabdian akan memaparkan pentingnya peran suatu logo bagi pemasaran suatu produk serta bagaimana cara mendesain suatu logo yang mudah diingat oleh calon konsumen atau mampu menimbulkan *brand awareness* di psikologi calon konsumen. Para peserta pelatihan agar kedepannya mampu menghasilkan desain logo yang dapat mewakili semua *citra (image)* terkait usaha mereka, serta komponen-komponen penting dalam *branding*.



Gambar 1. Wisata kuliner Jamur Sawah
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

II. MASALAH

Permasalahan yang ditemui oleh tim pengabdian yaitu antara lain:

1. Warga kelurahan Mulyojati kota Metro belum memiliki pengetahuan tentang *branding* produk UMKM.
2. Warga kelurahan Mulyojati belum mengetahui tahapan-tahapan didalam pelaksanaan *branding* produk UMKM.
3. Warga kelurahan Mulyojati belum mengetahui peranan logo di dalam proses pemasaran produk.
4. Warga kelurahan Mulyojati belum mampu merealisasikan konsep desain logo ke dalam bentuk digital dengan *software* desain grafis.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pemaparan *branding* yang dipergunakan adalah presentasi, eksplorasi sumber literasi-literasi yang relevan, diskusi dan praktek. Metode presentasi digunakan saat menjelaskan peran *brand* dan *branding* serta komponen-komponen pendukungnya dalam proses pemasaran suatu produk. Metode ini juga digunakan pada saat sosialisasi *software* grafis yang digunakan untuk proses komputerisasi serta pengimplementasian *software* tersebut pada proses perancangan. Para peserta diarahkan terlebih dahulu untuk membuat konsep seperti apa logo yang akan dirancang, hal ini dilakukan supaya logo benar-benar mewakili identitas usahanya. Pada praktek perancangan yang dilaksanakan di Laboratorium komputer kampus Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, tim pengabdian menjelaskan penggunaan tools pada CorelDraw untuk membuat logo. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan modul proses perancangan suatu logo dengan CorelDraw. Berikut adalah rincian jadwal pelaksanaan kegiatan PkM:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

Hari/Tanggal	Jam	Materi	Pemateri
12 Januari 2022	08:00 – 14.00	Pemaparan Definisi <i>Branding</i> , Tujuan dan Manfaatnya	Abdi Darmawan, ST., M.T.I Hendra Kurniawan, S.Kom., M.T.I
16 Januari 2022	08:00 – 14.00	Pemaparan Komponen–komponen <i>Branding</i> Produk	Rohiman, S.Pd., M.Sn
17 Januari 2022	08:00 – 14.00	Pelatihan Proses Kreatif Desain Logo (Konsep dan Sketsa)	Ade Moussadecq, S.Pd. M.Sn
18 Januari 2022	08:00 – 14.00	Pelatihan <i>Software CorelDraw</i>	Ade Moussadecq, S.Pd. M.Sn
19 Januari 2022	08:00 – 14.00	Evaluasi Karya Desain Logo dan Pengaplikasiannya	Abdi Darmawan, ST. M.T.I Ade Moussadecq, S.Pd. M.Sn Rohiman, S.Pd., M.Sn

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan desain logo dengan *software* desain grafis, tim pengabdian memberikan pemaparan materi *branding*, logo serta proses kreatif dalam perancangan logo yaitu bagaimana membuat konsep desain logo yang mewakili usaha. Kemudian pada saat pelatihan digitalisasi, tim pengabdian memberikan modul sebagai panduan penggunaan tools yang berfungsi untuk membantu peserta dalam pelaksanaan pelatihan digitalisasi desain logo. Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik, para peserta sangat serius dalam mempelajari proses digitalisasi desain logo dengan aplikasi CorelDraw.

Warga Kelurahan Mulyojati merasakan manfaat dari kegiatan pelatihan ini, hal ini dikarenakan warga memperoleh pengetahuan baru yaitu perancangan desain logo dengan *software* CorelDraw, yaitu *software* desain grafis berbasis *vector* yang digunakan untuk membuat rancangan komunikasi visual salah satunya logo [5]. Pengetahuan baru mengenai proses kreatif perancangan suatu identitas *visual* mulai dari konsep hingga komputerisasi sangatlah membantu para warga nantinya saat mengimplementasikan *branding* merknya. Kondisi ini tentunya akan membantu para warga untuk memasarkan produk UMKM-nya secara lebih luas karena sudah memiliki identitas visual yang akan diingat oleh calon pembeli baik di kota Metro maupun daerah lainnya



Gambar 2. Presentasi Branding Produk
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. Warga Kelurahan Mulyojati
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



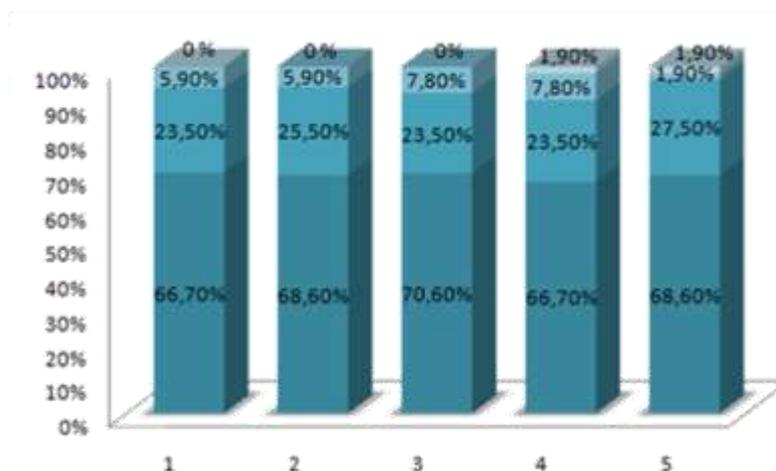
Gambar 4. Pelatihan Digitalisasi dengan Corel Draw
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pengabdian kepada masyarakat juga melakukan survey untuk mengukur tingkat kepuasan mitra pengabdian terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Survey kepuasan mitra terhadap proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan terhadap 51 responden mitra pengabdian. Seluruh responden tersebut telah mengisi kuesioner yang disediakan. Mitra menilai kinerja tenaga pengabdian untuk meningkatkan kualitas mutu pengabdian. Adapun hasil kuesioner kepuasan mitra dalam bentuk persentase sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Evaluasi Mitra Pengabdian

Aspek Yang Dinilai	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Kurang
Pelaksanaan pelatihan <i>branding</i> produk mampu memberdayakan masyarakat.	34	11	4	0
Pelatihan <i>branding</i> produk sesuai dengan kebutuhan UMKM kedepannya	35	13	3	0
Program pelatihan <i>branding</i> produk telah memberi bekal pada masyarakat	36	12	3	0
Pelaksanaan pelatihan memberikan pengetahuan penting mengenai peran logo	34	12	4	1
Masyarakat memperoleh pengetahuan baru dalam menggunakan CorelDraw	35	14	1	1
Total	174	62	15	2

Dari hasil survey yang telah tim pengabdian laksanakan terhadap 51 responden, maka didapatkan hasil, antara lain: a) Pelaksanaan pelatihan *branding* produk mampu memberdayakan masyarakat, pada variable ini sebesar 66,7% masyarakat menjawab “sangat puas”, menjawab “puas” sebesar 23,5%, “cukup puas sebesar 5,9%” dan 0% “tidak puas” pada variable ini, b) Pelatihan *branding* produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat nilai “sangat puas” sebesar 68,6 %, nilai “puas” 25,5 %, nilai “cukup puas” sebesar 5,9 % dan tidak terdapat mitra yang memberikan nilai “tidak puas” pada variable ini, c) Pelatihan *branding* produk telah memberikan bekal pada masyarakat nilai “sangat puas” sebesar 70,6 %, nilai “puas” sebesar 23,5, %, nilai “cukup puas” 7,8 % dan nilai “tidak puas” sebesar 0% pada variable ini, d) Pelatihan *branding* produk memberikan pengetahuan peranan logo, masyarakat nilai “sangat puas” sebesar 66,7 %, nilai “puas” sebesar 23,5 %, nilai “cukup puas” sebesar 7,8 % dan nilai “tidak puas” sebesar 1% pada variable ini, dan e) Masyarakat memperoleh pengetahuan baru dalam menggunakan CorelDraw, kategori nilai “sangat puas” sebesar 68,6 %, nilai “puas” sebesar 27,5 %, nilai “cukup puas” sebesar 2 % dan nilai “tidak puas” sebesar 2 %.



Gambar 5. Presentase Kepuasan Mitra Pengabdian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan kepada warga Kelurahan Mulyojati Kota Metro dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1) Pelatihan ini telah menimbulkan dampak positif kepada warga terkait pentingnya *branding* produk UMK untuk proses pemasaran, terlihat pada variable 2 sesuai dengan hasil survey 68,6 % warga menilai pelatihan sesuai kebutuhan mereka., 2) Dengan adanya pelatihan yang diberikan pada kegiatan pengabdian ini warga termotivasi untuk mempelajari pentingnya proses kreatif dalam perancangan *branding* produk serta manfaatnya di era pemasaran berbasis digital dan 3) Dibutuhkan proses pendampingan berkelanjutan supaya warga memahami bagaimana mengimplementasikan *branding* produk yang sebenarnya.

Warga Kelurahan Mulyojati Kota Metro disarankan untuk kedepannya terus secara berkelanjutan belajar untuk memahami teknis dalam perancangan *branding* produk sesuai bidang keilmuan desain komunikasi visual yang nantinya akan sangat berguna bagi mereka pada proses pemasaran berbasis digital. Setelah memahami *branding* produk maka perlu dilakukannya pelatihan perancangan kemasan produk dilain kesempatan yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Annisa Fauziah, M. S. Syafwandi, and S. D. Dini Faisal, "Perancangan Visual Branding Kota Padangsidempuan," *DEKAVE J. Desain Komun. Vis.*, vol. 4, no. 1, 2016.
- [2] S. Tinarbuko, *DEKAVE: Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS Publishing, 2015.
- [3] S. Wetari and N. Nyoman, *Sejarah Desain Grafis Dunia dan Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017.
- [4] J. E. Widjaja, A. W. Suhartono, and A. R. Sutopo, "Perancangan Komunikasi Visual Branding Mie Kedondong Surabaya," *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 8, p. 9, 2016.
- [5] A. Prasetyo, *The Power of CorelDraw*. Jakarta: Gramedia, 2019.

PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI DESA GUNUNG SARI KECAMATAN WAY KHILAU KABUPATEN PESAWARAN

Neni Purwati¹, Yurpan Hani², Felisita Klaralia³

¹Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jalan ZA. Pagar Alam No. 93 Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Lampung, 35142
0721-787214, 0721-700261

¹nenipurwati87@darmajaya.ac.id

²yurpan.hani@gmail.com

³klaral.1511050047@mail.darmajaya.ac.id

ABSTRACT

One of the Tridarma of Higher Education is community service, besides that it also aims to provide insight and knowledge about the use of information technology to improve people's abilities, this service program is held for 6 (six) days starting from 1 - 6 September 2018 in Gunung Sari Village, As for the activities that have been carried out, among others: development and socialization of village web, introduction of product marketing with social media or e-Commerce and introduction of IT to students of SDN 2 Way Khilau. The implementation of this service is completed in three stages of activity, namely preparation, implementation and reporting. Preparation is carried out with a preliminary survey to find out what is needed by the community. The implementation is carried out by providing training and conducting socialization/introduction with the lecture method, namely the presentation technique, followed by direct practice assisted by the team, accompanied by questions and answers and exercises carried out by the training participants. Based on the results of the activities that have been carried out, the students, village officials and the community seemed very enthusiastic in following every material presented by the team, besides that village officials and the community were not technologically stuttering. This is evidenced from the results of the questionnaires that have been distributed that this training can improve the ability of community members and village officials in utilizing the village web site with the answer Yes as much as 57%, can increase the income of catfish SMEs from the previous average net income of 500 thousand to 1 million per month, and for students of SD Negeri 2 Gunung Sari the competence and knowledge of students about computers increased by 90% of students answered Yes.

Keywords — Village, Village Web, e-Commerce, IT Introduction

ABSTRAK

Tridarma Perguruan Tinggi salah satunya adalah pengabdian kepada masyarakat, selain itu juga bertujuan memberikan wawasan dan pengetahuan tentang penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuan masyarakat, program pengabdian ini diselenggarakan selama 6(enam) hari terhitung sejak tanggal 1 - 6 September 2018 di Desa Gunung Sari, adapun kegiatan yang telah dilakukan antara lain: pengembangan dan sosialisasi web desa, pengenalan pemasaran produk dengan media social atau e-Commerce dan pengenalan IT kepada siswa-siswi SDN 2 Way Khilau. Pelaksanaan pengabdian ini diselesaikan dalam tiga tahapan kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan dan pelaporan. Persiapan dilakukan dengan survey pendahuluan untuk mengetahui apa yang diperlukan oleh masyarakat. Pelaksanaan dilakukan dengan cara memberikan pelatihan dan melakukan sosialisasi/pengenalan dengan metode ceramah yaitu dengan teknik presentasi, dilanjutkan dengan praktik langsung dibantu oleh tim, disertai dengan tanya jawab dan latihan yang dilakukan para peserta pelatihan. Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, para siswa-siswi, aparat desa dan masyarakat terlihat sangat antusias dalam mengikuti setiap materi yang disampaikan oleh tim, selain itu aparat desa dan masyarakat jadi tidak gagap teknologi. Hal tersebut dibuktikan dari hasil kuesioner yang telah didistribusikan bahwa pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan warga masyarakat dan pamong desa dalam memanfaatkan web site desa dengan

jawaban Ya sebanyak 57%, dapat meningkatkan pendapatan UMKM lele dari pendapatan bersih rata-rata sebelumnya sebesar 500 ribu menjadi 1 juta per bulan, dan bagi siswa SD Negeri 2 Gunung Sari kompetensi dan pengetahuan siswa tentang komputer meningkat sebanyak 90% siswa menjawab Ya.

Kata Kunci — Desa, Web Desa, e-Commerce, Pengenalan IT

I. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi saat ini berkembang sangat pesat, dan hampir tidak ada aspek kehidupan yang tidak menggunakan teknologi informasi, bahkan dapat dikatakan tidak mampu bersaing dengan kompetitornya sehingga berdampak pada penutupan usaha atau gulung tikar. Tingkat saing suatu negara di kancah perdagangan internasional, pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah dan faktor keunggulan kompetitif dianggap sebagai faktor yang bersifat acquired atau dapat dikembangkan/diciptakan[1][2].

Masyarakat di daerah, khususnya di wilayah pedesaan, masih menghadapi keterbelakangan, kemiskinan, dan kesulitan dalam mengakses pelayanan publik. Kondisi ini mendorong kesadaran perlunya pemerataan pembangunan dan dukungan keuangan publik (APBN) bagi masyarakat desa. Alokasi APBN bagi desa diharapkan dapat menarik keterlibatan masyarakat dalam pembangunan[3][4]. Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal usul dan Adat istiadat setempat yang diakui dalam sistem pemerintahan Nasional dan berada di daerah Kabupaten[5].

Pembuatan dan pengoptimalan web desa bertujuan untuk meningkatkan literasi penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada desa[6]. Website wajib mempunyai konten informasi dengan kualitas yang baik dan kenyamanan bagi pengguna yang awam dalam penggunaannya untuk mendapatkan sebuah informasi yang diperlukan[7].

Kelompok UMKM Kirana memiliki aneka usaha, antara lain aneka kuliner dan kerajinan. Namun, kurangnya promosi dan penjualan produk yang masih dilakukan secara tradisional serta kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional, hal tersebut yang menyebabkan beberapa UMKM di Desa Tales kurang berkembang bahkan beberapa diantaranya gulung tikar[8].

Siswa jarang menggunakan komputer, bahkan ada yang tidak pernah menggunakan komputer dikarenakan banyak dari mereka yang tidak memiliki komputer pribadi, serta keterbatasan ketersediaan komputer di sekolah mereka[9]. Hal serupa juga dialami siswa Sekolah Dasar Negeri 2 Gunung Sari.

Teknologi Informasi di desa Gunung Sari sudah dimanfaatkan oleh masyarakatnya, namun hanya berupa web desa yang pengelolaannya belum dilakukan secara optimal, karena belum diberikannya pengenalan/sosialisasi dan pelatihan pada masyarakat tentang cara mengelola dan menggunakannya secara menyeluruh. Sehingga diperlukan pengembangan *web* desa yang sudah ada tersebut agar potensi desa Gunung Sari dapat terekplor dan

diketahui oleh masyarakat yang berada di luar daerah, dan proses administrasi desa ini dapat dilakukan tanpa harus mendatangi kantor desa. Selain itu, melihat banyak potensi UMKM yang ada, namun hasil produk dari usaha yang dilakukan belum terpublikasi secara luas alias penjualan masih berputat disekitaran desa Gunung Sari saja, sehingga kurang efektif dan efisiennya penjualan produk. Selain itu terdapat sekolah dasar (SD) yang bernama SD Negeri 2 yang belum memiliki fasilitas laboratorium komputer sendiri sehingga siswa-siswinya belum mengenal IT, oleh karena itu kami memberikan pelatihan pengenalan komputer kepada siswa-siswi sekolah tersebut.

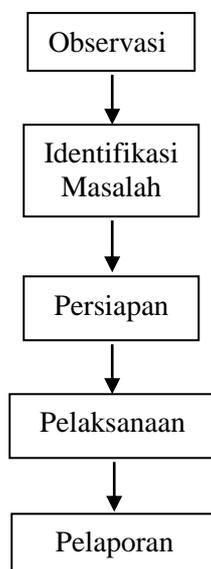
II. MASALAH

Permasalahan yang dihadapi desa Gunung Sari untuk meningkatkan perekonomian masyarakatnya antara lain:

1. Potensi yang ada di desa Gunung Sari belum terekplor ke luar daerah.
2. Hasil produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang belum bisa dipasarkan secara massal dan belum dapat menjangkau wilayah lain seluas-luasnya.
3. Siswa-siswi Sekolah Dasar yang ada di desa tersebut masih belum mengenal teknologi informasi.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada program pengabdian ini diuraikan dalam beberapa tahapan. Adapun alur pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1. berikut:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan

a. Observasi

Tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke lokasi pengabdian masyarakat, menginventarisir hal-hal yang berkaitan dan berpotensi untuk dilaksanakan kegiatan pengabdian.

- b. Identifikasi Masalah
Tim pengabdian menguraikan permasalahan dari hasil observasi yang telah dilakukan yang berkaitan dengan desa tujuan pengabdian.
- c. Persiapan
Tim pengabdian melakukan persiapan yang berkaitan dengan segala sesuatu untuk pelaksanaan kegiatan, mulai dari waktu pelaksanaan, materi, rowndown acara, perangkat hardware dan software yang dibutuhkan, spanduk, presensi, konsumsi, hingga teknis pelaksanaan kegiatan.
- d. Pelaksanaan
Pertama untuk pelaksanaan sosialisasi web desa dan cara menggunakannya untuk masyarakat serta untuk pengelola, kedua untuk pelaksanaan sosialisasi e-commerce hingga cara menggunakannya, ketiga penggunaan komputer bagi siswa SD N 2 Gunung Sari. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada perwakilan warga masyarakat yaitu pamong desa, pemilik UMKM dan siswa dengan memanfaatkan google form[10]. Kemudian hasil google form yang telah dibuat dilakukan rekapitulasi.
- e. Pelaporan
Proses pembuatannya dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian, dengan membuat laporan hasil kegiatan dan membuat artikel ilmiah untuk dipublikasikan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunjungan pertama kali untuk melakukan observasi ke desa Gunung sari yang dilakukan oleh tim pengabdian dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Kunjungan untuk observasi

Desa Gunung Sari Kecamatan Way Khilau Kabupaten Pesawaran Propinsi Lampung terletak 40,6 km dari kampus Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, dengan wilayah desa Gunung Sari dapat dilihat pada peta seperti gambar 3 berikut:



Gambar 3. Peta Wilayah Desa Gunung Sari

Desa Gunung Sari memiliki 10 dusun dan 23 RT. Penduduk Gunung Sari terdiri dari suku Jawa, Lampung, Sunda dan Banten. Dengan jumlah KK mencapai 1.285 yang terdiri dari 1.452 jiwa laki-laki dan 1.656 jiwa perempuan. Potensi sumber daya alam Desa Gunung Sari yang paling menonjol adalah lahan pertanian padi. Sekitar 65 persen merupakan lahan persawahan dan 35 persen perternakan dan perkebunan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan antara lain sebagai berikut:

1. Pengembangan dan Sosialisasi *Web* Desa

Kegiatan sosialisasi web desa dilakukan di Balai Desa Gunung Sari dan dihadiri oleh aparat dan masyarakat, adapun web yang semula hanya berisi informasi yang sangat minim, sekarang ditambahkan dengan profil desa, sejarah desa, download formulir untuk administrasi desa dan update informasi terkini di desa. Adapun foto kegiatan sosialisasi web desa yang sudah dilakukan seperti pada gambar 4 sebagai berikut:





Gambar 4. Sosialisasi *Web* Desa

2. Pembuatan dan Penjualan Produk dengan e-Commerce

Kegiatan pengabdian berikutnya adalah mengenalkan pembuatan produk yang bahan bakunya ada di desa dan dilakukan pengolahan agar bisa dipasarkan ke luar daerah seperti naget lele, cara menjual dan memasarkan produk dengan menggunakan e-Commerce melalui media sosial yang perangkatnya banyak dimiliki warga untuk dioptimalkan kebermanfaatannya, adapun bukti kegiatannya dapat dilihat pada gambar 5 berikut:



Gambar 5. Pelatihan Penjualan Melalui e-Commerce di Media Sosial

3. Pelatihan Pengenalan Komputer

Pelatihan pengenalan komputer kepada siswa SD Negeri 2 Gunung Sari dilakukan di ruang perpustakaan Sekolah, menggunakan LCD dan beberapa laptop dari tim pengabdian, diikuti sekitar 20 siswa SD N 2 Gunung Sari seperti pada gambar 6 berikut:



Gambar 6. Pelatihan Pengenalan Komputer pada Siswa SDN 2

Evaluasi

Setelah pelatihan dilaksanakan, kuesioner menggunakan google form yang telah didistribusikan kepada 20 orang warga desa dan 6 orang pamong, 1 orang pemilik UMKM Lele, dan 20 siswa SD Negeri 2 Gunung Sari. Hasil kuesioner menyatakan bahwa pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan warga dan pamong desa dalam memanfaatkan *website* desa dengan jawaban Ya sebanyak 57%, dapat meningkatkan pendapatan UMKM lele dari pendapatan bersih rata-rata sebelumnya sebesar 500 ribu menjadi 1 juta per bulan, dan bagi siswa SD Negeri 2 Gunung Sari kompetensi dan pengetahuan siswa tentang komputer meningkat sebanyak 90% siswa menjawab dengan jawaban Ya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari semua kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan dengan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat dilaksanakan dengan lancar dan hasilnya baik
2. Aparat/pamong dan warga masyarakat Desa Gunung Sari sudah memahami dan mengetahui cara menggunakan dan memanfaatkan web desa yang sudah dikembangkan dibuktikan dengan jawaban kuesioner Ya sebanyak 57%.
3. Ibu-ibu PKK dan pemilik UMKM sudah mengetahui cara memasarkan produk melalui e-commerce yang disediakan media sosial dengan baik, dibuktikan dengan salah satu UMKM yaitu Lele mengalami peningkatan pendapatan dari 500 ribu menjadi 1 juta per bulan.
4. Siswa Sekolah Dasar Negeri 2 Gunung Sari telah mengetahui penggunaan komputer bagi kehidupan di masa yang akan datang, hal tersebut diketahui dari jawaban siswa pada kuesioner yang telah didistribusikan sebanyak 90% dengan jawaban Ya.

Kegiatan semacam ini diharapkan dapat dilakukan secara berkelanjutan, agar ilmu yang diperoleh dapat bertambah dan meningkat dari sebelumnya, sehingga dapat menunjang peningkatan taraf hidup perekonomian keluarga khususnya dan kemajuan desa umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Tambunan, "Center for Industry, SME and Business Competition Studies," *Trisakti Univ.*, 2010.
- [2] K. Sedyastuti, "Analisis PemberdayaanUMKM dan Peningkatan Daya SaingDalam Kancan Pasar Global," *INOBIJ J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 2, no. 1, 2018, [Online]. Available: <http://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/65/55>.
- [3] M. Z. Abidin, "Tinjauan atas Pelaksanaan Keuangan Desa dalam Mendukung Kebijakan Dana Desa (Study of Implementation of Village Finance to Support Fund Village Policy)," *J. Ekon. dan Kebijak. Publik*, 2015.
- [4] H. Wibowo, "PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DESA MELALUI BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) MENUJU KOPERASI BERBASIS IT," *Maqdis J. Kaji. Ekon. Islam*, vol. 3, no. 1, 2018, [Online]. Available: <https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/152/158>.
- [5] R. Pamungkas, Saifullah, Q. R. Pratama, and O. A. T. Cahyo, "Pemanfaatan Website DesaDalam Optimalisasi Informasi Publikkepada masyarakatdi Desa Kiringan," *DAYA -MAS Media Komun. Has. Pengabdi. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 5, no. 2, 2020, [Online]. Available: <http://dayamas.unmermadiun.ac.id/index.php/dayamas/article/view/43/44>.
- [6] F. Fattah and H. Azis, "Pemanfaatan Website Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Desa Tonasa Kecamatan Sanrobone Kabupaten Takalar," *Ilk. Komput. Untuk Masyarakat*, vol. 1, no. 1, 2020, [Online]. Available: <http://103.226.139.203/index.php/ILKOMAS/article/view/771/234>.
- [7] Santoso, H. B., R. Delima, A. Wibowo, U. K. Duta, and W. Yogyakarta, "Pelatihan Pengembangan Web Profil Desa bagi Aparatur Pemerintah Desa," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 10, no. 1, 2019, [Online]. Available: <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>.
- [8] A. D. Evasari, Y. B. Utomo, and D. Ambarwati, "Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri," *J. Pengabdi. Masy. Cendekia*, vol. 1, no. 2, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/CENDEKIA/article/view/603/501>.
- [9] I. B. K. Sudiatmika, K. Q. Fredlina, N. L. P. Septyarini, and P. Astawa, "Pelatihan Keterampilan Dasar Komputer dan Teknologi Informasi Di Sekolah Dasar Negeri 3 Munduk," *J. Karya Abdi*, vol. 4, no. 1, 2020, [Online]. Available: <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/10535/5887>.
- [10] E. Mukharomah, "Pelatihan Cara Mudah dan Cepat Melakukan Evaluasi dengan Pemanfaatan Google Form," *J. Pengabdi. Masy. Ilmu Kegur. dan Pendidik.*, vol. 4, no. 1, pp. 12–19, 2021.

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN APLIKASI SIAPIK PADA PELAKU UMKM PEMULA DI BANDAR LAMPUNG

Indra Caniago¹, Nolita Yeni Siregar², Reva Meiliana³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Gedung Meneng Bandar Lampung 35142
Telp. (0721)787214

¹igo@darmajaya.ac.id,

²nolita.yenisiregar@darmajaya.ac.id

³reva.meilina@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

The implementation of this community service aims to provide knowledge and skills for Beginner MSME actors to prepare financial reports for Small, Micro and Medium Enterprises (MSMEs) using the SIAPIK application issued by Bank Indonesia. The steps for this service activity are first to use the tutorial and workshop methods to explain theoretically and practically how to prepare financial reports using the SIAPIK application in recording financial transactions in accordance with SAK EMKM. Second, assistance is provided regarding the recording of financial transactions through the use of the SIAPIK application for beginner MSMEs in Bandar Lampung City. The results obtained by Beginner MSME actors have increased knowledge and ability in presenting financial reports in accordance with PSAK EMKM with an average achievement of 90%.

Keywords — Training, MSMEs, financial reports, SIAPIK application

ABSTRAK

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi pelaku UMKM Pemula untuk menyusun laporan keuangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) menggunakan aplikasi SIAPIK yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Langkah-langkah kegiatan pengabdian ini pertama menggunakan metode tutorial dan workshop untuk menjelaskan secara teori dan praktek cara menyusun laporan keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK dalam mencatat transaksi keuangan yang sesuai SAK EMKM. Kedua dilakukan pendampingan mengenai pencatatan transaksi keuangan melalui penggunaan aplikasi SIAPIK kepada UMKM pemula di Kota Bandar Lampung. Hasil yang didapatkan Para pelaku UMKM Pemula mengalami peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan PSAK EMKM dengan capaian rata-rata 90%.

Kata Kunci — Pelatihan, UMKM, laporan keuangan, aplikasi SIAPIK

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi saat ini secara signifikan telah mempengaruhi praktik akuntansi dan keuangan. Terdapat pergeseran yang cukup signifikan dalam pengolahan data akuntansi, yang semula dari pengolahan data secara manual beralih ke pengolahan data digital atau menggunakan Sistem Informasi berbantuan komputasi. Pergeseran ini tidak hanya menyangkut

pengolahan data saja akan tetapi juga terjadi pada proses perencanaan, analisis, dan pengendalian keuangan. Dengan demikian pelaku usaha akhirnya tidak hanya sekedar membutuhkan sumber daya terampil yang memahami konsep dasar akuntansi dan manajemen keuangan tetapi juga penguasaan alat bantu komputer. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) haruslah dilakukan secara baik karena UMKM merupakan salah satu sumberdaya yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Hal penting pertama yang dapat dilakukan dari pengembangan UMKM adalah pembukuan. Salah satu penyebab sulit berkembangnya UMKM adalah tidak adanya pembukuan yang jelas (Rinandiyana et al, 2019) [6]. Pembukuan yang tidak jelas tersebut dikarenakan sebagian besar pelaku UMKM adalah tidak memiliki keilmuan dalam hal pembukuan. Sehingga masih banyak yang beranggapan pembukuan itu tidak penting. Perkembangan UMKM di Provinsi Lampung dalam tahun 2020 berjumlah 245.136 unit yang tersebar di 15 Kabupaten/Kota (SK Kementerian Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwasannya pelaku UMKM di Provinsi Lampung cukup banyak. Berdasarkan data dari Dinas Kementerian Koperasi dan UKM Provinsi Lampung September 2020 khusus Kota Bandar Lampung pelaku UMKM berjumlah 10.479 unit. Belum lagi ada penambahan baru untuk pelaku UMKM pemula yang belum terdaftar. Pelaku UMKM pemula tersebut hampir 90% belum memahami pembukuan. Adanya Laporan Keuangan akan banyak membantu pemilik UMKM dalam upayanya pengembangan bisnisnya secara kuantitatif dan kualitatif (Narsa, 2012) [4], selain itu juga dapat diketahui informasi prospek usaha. Kondisi normal baru atau yang biasa disebut *new normal* saat ini menimbulkan ketidakpastian, terutama di sektor bisnis. Para pelaku usaha ramai-ramai berspekulasi dengan apa yang akan terjadi di kemudian hari tanpa mempunyai petunjuk pasti bagaimana perubahan muncul disetiap lini kehidupan. Pada akhirnya UMKM dituntut untuk memiliki strategi bisnis untuk tetap hidup di masa *new normal*. Oleh karena itu perlu dilakukan pembinaan, pelatihan dan pembelajaran untuk pelaku UMKM khususnya pelaku baru UMKM sehingga mereka bisa bertahan dan dapat mengikuti perubahan dengan cepat. Setelah dianalisis lebih lanjut, permasalahan semacam ini berakar dari tidak semua pelaku usaha memiliki latar belakang dalam bidang akuntansi dan manajemen, sedangkan jika harus memperkerjakan seorang ahli masih belum memungkinkan secara finansial (Rudiantoro & Siregar, 2012) [7]. Dalam kondisi seperti saat ini, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku UMKM. Untuk itu, pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi, sehingga dapat mengubah tantangan yang ada menjadi peluang.

Belum lama ini Bank Indonesia bekerjasama dengan organisasi profesi Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi digital yakni membuat sebuah aplikasi pencatatan keuangan berbasis android yang dapat digunakan di smartphone dan di desktop. Aplikasi ini diberi nama SI APIK (Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan). Aplikasi tersebut memberikan kemudahan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan sebagai referensi bank dalam menganalisis kelayakan pembiayaan UMKM (Rinandiyana dkk, 2019) [6]. SI APIK (Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) adalah sistem pencatatan keuangan secara online berbasis Android yang diluncurkan oleh Bank Indonesia yang bertujuan untuk mempermudah pelaku UKM melakukan pencatatan laporan keuangan secara *online* dengan model *single entry*, walaupun minim pemahaman mengenai akuntansi. SI APIK diharapkan memberi efek positif bagi aktifitas bisnis para pelaku usaha, karena *user friendly*. (Anjilni, 2020) [1]. Sejak diluncurkan Bank Indonesia (BI) pada 2017 lalu sampai dengan akhir tahun 2021, telah tercatat pengguna Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan

Informasi Keuangan (SIAPIK) sebanyak 17.837 pengguna, mayoritasnya atau 99% adalah usaha mikro yang didominasi dengan 40% sektor usaha manufaktur [2]. Pengabdian ini bertujuan memberikan pelatihan kepada dan pendampingan penggunaan aplikasi SIAPIK kepada para pelaku UMKM pemula di Bandar Lampung.

II. MASALAH

Persaingan dunia usaha baik UMKM saat ini semakin kompetitif. Hal ini membutuhkan sikap profesionalitas dan akuntabilitas kepada publik untuk melakukan usahanya. Para pelaku usaha tidak semuanya memiliki latar belakang dalam bidang akuntansi dan manajemen, sedangkan jika harus memperkerjakan seorang ahli masih belum memungkinkan secara finansial [7]. Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumusan masalahnya adalah “*Bagaimana memanfaatkan Aplikasi SIAPIK dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai Standar Akuntansi Keuangan UMKM?*”.

III. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh peserta yaitu peserta merupakan pelaku UMKM pemula, maka solusi yang ditawarkan kepada peserta tersebut adalah pelatihan dan pengenalan, praktek menggunakan Aplikasi dan media pembelajaran, pembuatan materi/pengolahan nilai yang siap digunakan. Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam Pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

- a. Survey ke lapangan: observasi ke pelaku UMKM pemula.
- b. Mendata jumlah peserta yang akan mengikuti pelatihan (untuk menentukan jumlah peserta pelatihan).
- c. Menentukan waktu dan tempat pelaksanaan.
- d. Menyiapkan dokumentasi.
- e. Membuat rundown kegiatan.

2. Pelaksanaan

- a. Membuat modul pelatihan penggunaan aplikasi.
- b. Menyiapkan absensi peserta, pemateri dan asisten.
- c. Melaksanakan pelatihan.
- d. Metode pelaksanaan.

Untuk tercapainya tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini metode yang digunakan sebagai berikut:

- a. Metode Tutorial, dimaksudkan untuk menyampaikan informasi untuk materi yang bersifat umum dan teoritis, dalam hal ini adalah materi pengenalan SIAPIK, menggunakan presentasi dengan power point.
- b. Metode Dialogis/Diskusi, dimaksudkan untuk tanya jawab dan diskusi tentang materi yang diberikan.
- c. Metode Praktek dan Pendampingan, bertujuan mempraktekkan keterampilan menggunakan aplikasi SIAPIK secara langsung di dampingi oleh tim pengabdian.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah peserta selesai menerima semua materi pelatihan diakhir pertemuan, dimana evaluasi dalam hal: Peserta membuat pengolahan data transaksi untuk laporan keuangan.

4. Kualifikasi Tim Pelaksana

Kualifikasi, relevansi *skill*, sinergisme dan pengalaman tim Pelaksana dan kedudukan Tim Pengusul dalam kegiatan pengabdian masyarakat kali ini sangat perlu. Kegiatan pengabdian ini akan melibatkan tiga (3) orang dosen/pengabdi dan 3 orang mahasiswa jurusan akuntansi. Biodata lengkap tim pelaksana dalam kegiatan akan disajikan pada Lampiran 1. Daftar tim pengusul dan pembagian tugas untuk masing-masing personil dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian Tugas Personil Pengabdian

No	Nama	Jabatan dalam Tim	Bidang	Peran
1	Indra Caniago, SE.,M.Si.,Ak	Ketua	Sistem Informasi Akuntansi	Pemberikan Pelatihan SIAPIK
2	Nolita Yeni Siregar, SE.,Ak.,M.S.Ak.,CA	Anggota	Akuntansi Keuangan	Mengkoordinasi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat
3	Reva Meiliana, SE.,M.Acc., Akt	Anggota	Akuntansi Keuangan	Memberikan Pengenalan SIAPIK

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM pemula dalam menyusun laporan keuangan dengan aplikasi SIAPIK. Setelah mengikuti kegiatan pengabdian ini para peserta mempunyai pemahaman dan kemampuan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK yang dipraktikkan langsung dihadapan peserta. Selama praktik berlangsung, peserta diberikan pengenalan teori dan cara prakteknya sehingga mudah mengaplikasikannya di dalam kegiatan usahanya. UKM diberikan pengetahuan mengenai pencatatan transaksi keuangan ke dalam jurnal dengan menempatkan mana akun yang di Debet maupun yang di Kredit. Juga diberikan pengetahuan dan keterampilan menyajikan laporan keuangan laba/rugi usaha. Hal ini telah memberikan perubahan kepada pemilik usaha dengan menggunakan Buku Khusus untuk mencatat seluruh transaksi keuangan usaha [5]. Selanjutnya proses pencatatan dimulai dengan contoh-contoh transaksi sederhana yang biasa dilakukan para pelaku UKM dengan menggunakan aplikasi ‘SIAPIK’, aplikasi berbasis Android yang dikeluarkan Bank Indonesia [3]. Selama kegiatan pengabdian ini, adapun masalah yang dihadapi serta pemecahannya berikut ditampilkan dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 2. Masalah dan Solusi Pelatihan dan Pengenalan Aplikasi SIAPIK

Masalah	Permasalahan	Tujuan/Hasil	Solusi yang diberikan
Peserta membuat laporan keuangan secara manual	Pelaku UMKM kesulitan dalam menyusun laporan keuangan	Menghasilkan laporan keuangan sederhana	
Peserta belum pernah menggunakan aplikasi SIAPIK	Rendahnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi dalam menyusun laporan keuangan	Menghasilkan laporan keuangan yang sesuai dengan PSAK EMKM	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan pengetahuan melalui Tutorial dan Praktik. Melakukan pendampingan

Agenda kegiatan pengabdian menyesuaikan dengan masa pandemic covid 19 lebih banyak menggunakan media online dalam pelatihan dan tutorial. Aplikasi yang digunakan adalah *google meet* untuk memberikan pelatihan dan pendampingan. Seperti yang ada pada dokumentasi dibawah ini:

**Gambar 1.** Tutorial

Agenda berikutnya melakukan pendampingan untuk penggunaan aplikasi SIAPIK dari Bank Indonesia kepada para pelaku UMKM Pemula dengan media *videoconference*.



Gambar 2. Pendampingan Aplikasi

Adapun keberhasilan pengabdian masyarakat berdasarkan *Pre Test* dan *Post Test* yang diharapkan dalam bentuk Tabel 2.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan

Kegiatan	Materi	Indikator Keberhasilan	Ketercapaian
Pertama 8 Des 2020	Mensosialisasikan pencatatan akuntansi dan memberikan penjelasan mengenai pemisahan keuangan yang berkaitan antara keuangan yang berasal dari kegiatan usaha dan keuangan yang menyangkut kepentingan pribadi.	Para Audiens UMKM Pemula di Kota Bandar Lampung mulai mengerti pentingnya memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi	Nilai rata-rata adalah 50 % dalam pelaksanaan kegiatan
Kedua 16 Des 2020	Melakukan pendampingan serta pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana dengan bantuan aplikasi SiApik	Dalam prosesnya para Peserta UMKM mulai mampu membuat Laporan Keuangan dengan media <i>Smartphone</i>	Nilai rata-rata adalah 30% dalam pelaksanaannya
Ketiga, 19 Des 2020	Melanjutkan pendampingan serta pelatihan pembuatan laporan laba rugi dengan menggunakan si Apik dengan menggunakan handphone baik android ataupun IOS	Secara bertahap para peserta UMKM memiliki progress dalam pembuatan laporan laba rugi dengan aplikasi SiApik	Nilai pencapaian akhir rata-rata adalah 90% dalam pelaksanaannya

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan pengabdian Pelatihan dan Pendampingan Aplikasi SIAPIK Pada Pelaku UMKM Pemula di Bandar Lampung sangat baik. Para pelaku UMKM Pemula mengalami peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan PSAK EMKM dengan capaian rata-rata 90%. Aplikasi SIAPIK sangat membantu mereka dalam memproses transaksi harian yang dilakukan setiap harinya. Hasil dari proses transaksi tersebut secara otomatis menghasilkan laporan keuangan yang telah sesuai dengan PSAK EMKM.

Kendala yang dihadapi selama proses pengabdian pada proses pembelajaran dan praktik menggunakan Aplikasi SIAPIK. Para pelaku usaha UMKM Pemula ini tidak seluruhnya memahami proses transaksi keuangan. Pemahaman yang kurang tersebut mengakibatkan sedikit terkendala dalam proses menginput data transaksi pada Aplikasi SIAPIK. Metode pendampingan membantu mengatasi masalah pada proses penginputan transaksi kedalam aplikasi SIAPIK. Kendala yang dihadapi bisa diselesaikan dengan pelatihan menggunakan metode tutorial dan pendampingan. Saran untuk pengabdian selanjutnya membantu pelaku UMKM Pemula dalam mengelola asset yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anjilni, R. Q. (2020, Januari 28). Membumikan SAK-EMKM Lewat SI APIK BI. Retrieved from https://www.kompasiana.com/ratihananjilni/5e305f4c097f361bb838d643/mem_bumikan-sak-emkm-lewat-si-apik-bi
- [2] Erwin Haryono. (2022) Dorong UMKM Naik Kelas Melalui Penggunaan Aplikasi Pencatatan Keuangan, https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news_release/Pages/sp_247322.aspx diakses 7 maret 2022
- [3] Marlina, L., Sumarni, R., & Mundzir, A. (2018). Financial Literacy Education through the Si Apik *Application at the Santanamekar Village Community in Tasikmalaya* [Edukasi Literasi Finansial melalui Aplikasi Si Apik pada Masyarakat Desa Santanamekar Tasikmalaya]. Memperkuat Produktivitas untuk Ketahanan Ekonomi Nasional. 2, pp. 972-980. Jakarta: Relawan Jurnal Indonesia. doi:10.30874/comdev.2018.407
- [4] Narsa, I. M. (2012). Mengungkap Kesiapan UMKM dalam Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (PSAK-ETAP) untuk Meningkatkan Akses Modal Perbankan. 3, 11
- [5] Prasetyo, A., Andayani, E., & Sofyan, M. (2020). Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta. EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial, 1(1), 34-39. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/5/5>

- [6] Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Rosyadi, A. (2019). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Administrasi Keuangan UMKM. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 6 (1), 73-78
- [7] Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas Laporan Keuangan UMKM Serta Prospek Implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–21. <https://doi.org/10.21002/jaki.2012.01>

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS KERIPIK PISANG DI DESA KALIDADI, KALIREJO LAMPUNG TENGAH

Anggalia Wibasuri¹, Isnandar Agus², Anggawidia Wibaselppa³, Suci Mutiara⁴

^{1,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Alamat : Jl. Z.A. Pagar Alam No. 93 Labuhan Ratu Bandar Lampung, Provinsi Lampung Kode Pos 35142

No Telepon (0721) 787214 dan HP. 085269340743¹, 081272245555³

e-mail : anggalia.wibasuri@darmajaya.ac.id¹, anggawidia@darmajaya.ac.id³

^{2,4}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Alamat : Jl. Z.A. Pagar Alam No. 93 Labuhan Ratu Bandar Lampung, Provinsi Lampung Kode Pos 35142

No Telepon (0721) 787214 dan HP. 082373337766², 089635312501⁴

e-mail : isnandaragus@darmajaya.ac.id², sucimutiara@darmajaya.ac.id⁴

corresponding author: anggawidia@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

In the era of disruption, industries must be more creative and innovative to survive. Not a few entrepreneurs are losing money and are forced to close their businesses because they are not ready to face competition in the era of disruption. The importance of innovation in marketing strategies to solve product marketing problems through promotions to market goods requires a lot of labor or human resources so that their products can be introduced to the public. The problem faced by Banana Chips SMEs in Kalidadi Village, Kalirejo, Central Lampung, is that business actors do not yet have the knowledge and skills for business development in the field of marketing and sales. For this reason, the purpose of this Community Service activity which is carried out independently with socialization and counseling methods is to provide information and additional knowledge of the benefits of technology needed by Banana Chips SMEs in Kalidadi Village, Kalirejo, Central Lampung by utilizing social media Instagram.

Keywords— SMEs, Chips, Entrepreneurship

ABSTRAK

Di era disrupsi, industri harus semakin kreatif dan inovatif untuk bertahan hidup. Tidak sedikit pengusaha yang merugi dan terpaksa menutup bisnisnya karena tidak siap menghadapi persaingan di era disrupsi. Pentingnya inovasi dalam strategi pemasaran untuk menyelesaikan masalah pemasaran produk melalui promosi untuk memasarkan barang membutuhkan banyak tenaga kerja atau sumber daya manusia agar produknya bisa dikenalkan ke masyarakat. Permasalahan yang dihadapi pada UMKM Keripik Pisang di Desa Kalidadi, Kalirejo Lampung Tengah yaitu pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk pengembangan bisnis dalam bidang pemasaran dan penjualan. Untuk itu tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yang dilaksanakan secara mandiri dengan metode sosialisasi dan penyuluhan memberikan informasi dan tambahan pengetahuan manfaat teknologi yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM Keripik Pisang di Desa Kalidadi, Kalirejo Lampung Tengah dengan pemanfaatan media sosia instagram.

Kata Kunci— UMKM, Keripik Pisang, Kewirausahaan

I. PENDAHULUAN

Di era disrupsi, industri harus semakin kreatif dan inovatif untuk bertahan hidup. Tidak sedikit pengusaha yang merugi dan terpaksa menutup bisnisnya karena tidak siap menghadapi persaingan di era disrupsi. Era disrupsi adalah era terjadinya perubahan besar-besaran yang disebabkan oleh adanya inovasi yang mengubah sistem dan tatanan bisnis ke taraf yang lebih baru. Perusahaan berskala besar bisa seperti saat ini, kemajuan dunia tidak jarang dihubungkan dengan adanya perkembangan teknologi dan tentunya kemajuan teknologi tersebut berdampak dalam segala bidang[1]. Perkembangan teknologi tersebut seiring dengan perkembangan manusia. Dengan demikian setiap aktivitas yang akan dilakukan oleh manusia menjadi lebih mudah. Beragam teknologi yang saat ini muncul merupakan sebagian dari proses transformasi dari masyarakat tradisional ke modern[2]. Transformasi dari masyarakat tradisional ke modern mengakibatkan cara-cara tradisional berubah karena kecanggihan yang dimiliki dari sebuah teknologi. Sedangkan sumber daya manusia (SDM) mulai digeser oleh penemuan-penemuan teknologi terbaru yang dibuat sedemikian rupa, sehingga memberikan fasilitas maupun solusi yang tidak pernah ada sebelumnya. Pada sisi yang lebih luas lagi, teknologi telah mampu menyatukan masyarakat dunia sehingga mereka dapat terhubung satu sama lain[3].

Pentingnya inovasi dalam strategi pemasaran untuk menyelesaikan masalah pemasaran produk melalui promosi untuk memasarkan barang membutuhkan banyak tenaga kerja atau sumber daya manusia agar produknya bisa dikenalkan ke masyarakat, penjualan bersifat terbatas dikarenakan jangkauan usaha tidak luas, jika ingin melakukan ekspansi bisnis maka harus memiliki tempat usaha lebih banyak[4]. Dipastikan harga produk yang dijual akan menjadi mahal karena biaya produksi tinggi. Strategi pemasaran dengan bantuan media teknologi yaitu internet dengan *e-business* [5]. *E-business* adalah sebuah teknologi untuk mengembangkan proses bisnis yang terdiri dari proses internal organisasi seperti sumber daya manusia, sistem keuangan dan administrasi serta proses eksternal seperti penjualan dan pemasaran, penyediaan barang dan jasa dan juga hubungan dengan pelanggan, Dhillon dan Kaur (2012). Dengan melakukan inovasi dapat membantu dan memudahkan segala kegiatan termasuk didalam bidang bisnis. Adapun inovasi teknologi itu adalah terciptanya strategi pemasaran yang baru untuk pengusaha dengan melakukan transaksi jual/beli yang telah terhubung melalui media online [6][7].

Hal inilah yang dibutuhkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Peran penting dalam perekonomian masyarakat daerah adalah keberadaan UMKM dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat[8]. Melihat dari peranan tersebut, perlu dilakukan pelatihan guna menunjang keberlangsungan dari UMKM dan membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada. Masa pandemi Covid-19 saat ini, banyak UMKM terancam gulung tikar karena minat konsumen yang semakin menurun akibat pendapatan dimasa pandemi yang semakin menurun di bidang operasional, manajerial, hingga finansial yang dapat mengakibatkan menurunnya tingkat pendapatan.

Untuk itu tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yang dilaksanakan secara mandiri dengan metode sosialisasi dan penyuluhan ini adalah memberikan informasi dan tambahan pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM Keripik Pisang di Desa Kalidadi, Kalirejo Lampung Tengah. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh tambahan pengetahuan terkait pengelolaan usaha dimasa pandemi Covid-19. Informasi dan pengetahuan yang diberikan akan dikemas dalam bentuk gambar sosialisasi dan penyuluhan. Metode pelaksanaan dilaksanakan secara *offline*. Hasil dari kegiatan yang dilaksanakan yaitu adanya materi sosialisasi dan penyuluhan pengusaha UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada saat ini.

Dalam masa pandemi saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak dapat dilepaskan dari terdampaknya pandemi Covid-19. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) haruslah dapat bertahan di masa pandemi saat ini yang mana dituntut harus mempunyai inovasi lebih untuk meningkatkan daya jual ke masyarakat dengan tetap terus mematuhi protokol kesehatan.

II. MASALAH

Permasalahan yang dihadapi pada UMKM Keripik Pisang di Desa Kalidadi, Kalirejo Lampung Tengah yaitu pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk pengembangan bisnis dalam bidang pemasaran dan penjualan.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang akan dipakai dalam mencapai tujuan untuk memberdayakan UMKM keripik pisang dengan pendekatan penyuluhan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota UMKM.

Metode pelaksanaan dalam pengabdian pada masyarakat ini dilakukan untuk mendukung realisasi PKM adalah : a. Mengadakan pertemuan dengan mitra untuk membicarakan masalah yang terjadi pada mitra dalam pengelolaan bisnis UMKM keripik pisang; b. Mengadakan pertemuan untuk menggali masalah-masalah prioritas usaha, untuk dicarikan solusinya; c. Berdasarkan hasil pembicaraan bersama dengan mitra, masalah prioritas yang menyangkut pengelolaan bisnis usaha keripik pisang adalah mitra belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran menggunakan pemanfaatan media sosial.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan dimana kami telah membuat akun instagram sebagai media promosi produk “Keripik Pisang Khas Kalidadi, Lampung Tengah” dengan tujuan meningkatkan penjualan dan menaikkan omset UMKM. Pemanfaatan media promosi media sosial khususnya instagram tujuan dari pembuatan akun ini adalah cara yang paling inovatif dan efektif dimana strategi promosi yang mampu meningkatkan minat beli masyarakat berdasarkan tampilan serta konten yang menarik, dampak yang terlihat setelah pelaku UMKM melakukan promosi produk melalui instagram produk keripik pisang ini berhasil dikenal banyak dimasyarakat dan memudahkan penjualan diluar daerah. Berikut ini tampilan akun media sosial/instagram yang telah berhasil dibuat.



Gambar 1. Tampilan Akun Instagram Keripik Pisang Khas Kalidadi

Selain memanfaatkan media sosial sebagai media promosi UMKM juga dapat terus menjaga kualitas produk dari keripik pisang ini agar produk yang dihasilkan tetap terjaga kualitas produknya, hal ini menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta mampu bersaing antar kompetitor produk sejenis. Kualitas produk ini mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya mencakup daya tahan, kehandalan, atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan. Berikut ini proses dalam pembuatan Keripik Pisang Khas Desa Kalidadi Lampung Tengah.

Proses pembuatan Keripik Pisang



Setelah melewati proses pembuatan keripik dari proses pemotongan pisang, perendaman air kapur serta penggorengan keripik siap untuk dikemas dan dipasarkan melalui media sosial isntagram.



Inovasi Logo Packaging "Keripik Pisang"



Design Logo "Keripik Pisang"

Selain melakukan promosi melalui media sosial, kami juga melakukan pembuatan logo sebagai brand image keripik pisang agar lebih menarik minat konsumen untuk membeli keripik pisang khas Desa Kalidadi Lampung Tengah.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian berupa pemberdayaan UMKM melalui kegiatan sosialisasi dan penyuluhan penggunaan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan Keripik Pisang di Desa Kalidadi, Kalirejo Lampung Tengah telah berdampak positif dimana penjualan dan produk semakin dikenal oleh masyarakat luas. Tujuan dari dilakukannya sosialisasi dan penyuluhan dapat menambah pengetahuan dan keterampilan untuk perkembangan usaha melalui media sosial maupun akan memasuki pasar digital.

5.2 Saran

Perlu adanya kegiatan monitoring dan pengawasan dari pemerintah khususnya dinas UKM dan Koperasi agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan serta dapat berkembang., serta pendampingan secara berkelanjutan baik untuk produksi, pemasaran dan administrasi pembukuan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Oktalyra, C. Dwi, and K. Ananda, "Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Remaja Di Daerah Cikokol Tangerang," *ADI Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 54–59, 2021, doi: 10.34306/adimas.v1i2.432.
- [2] N. Nur and L. L. Wijayanti, "Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk," *J. Umj*, pp. 2–6, 2020.
- [3] H. Haikal, A. Ridwan, I. Andrianto, W. Afif, R. Rusli, and D. Sunarsi, "Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Masyarakat Desa," *J. PADMA Pengabdi. Dharma Masy.*, vol. 1, no. 3, 2021, doi: 10.32493/jpdm.v1i3.11440.
- [4] G. H. Wasan and Anita Sariningsih, "Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital Di Kecamatan Citeureup," *J. Pengabdi. Bina Mandiri*, vol. 1, no. 1, pp. 31–36, 2021, doi: 10.51805/jpmm.v1i1.7.
- [5] A. Ghofur, I. T. Edy, R. Rohman, and M. F. Athobari, "Pengembangan UMKM Songkok Melalui Model E-Business Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Industri Kreatif Masyarakat Di Kelurahan Banjarmasin Lamongan," *J. Karya Abdi*, vol. 4, no. 3, pp. 720–726, 2020.

- [6] F. Nidaul Khasanah *et al.*, “Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19,” *J. Sains Teknol. dalam Pemberdaya. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 51–62, 2020, doi: 10.31599/jstpm.v1i1.255.
- [7] K. Firmansyah, K. Fadhli, I. A. Noviandy, and S. Rini, “Pengenalan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food,” *Jumat Ekon. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 43–48, 2020.
- [8] N. Oktarina and J. Widodo, “Penguatan umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh purwodadi,” *J. Abdimas*, vol. 23, no. 2, pp. 170–174, 2019.

PELATIHAN ADOBE PREMIER DAN IMPLEMENTASINYA PADA PEMBUATAN FILM DURASI PENDEK DI SMKN 1 NEGERI KATON

Hary Sabita¹, Yuni Puspita Sari², Rionaldi Ali³

¹Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jl ZA Pagar Alam No 93, Gedung Meneng, Bandar Lampung, Lampung 34152
(0721)787214
hary.sabita@darmajaya.ac.id¹

²Yuni Puspita Sari, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jl ZA Pagar Alam No 93, Gedung Meneng, Bandar Lampung, Lampung 34152
(0721)787214
yunipuspita@darmajaya.ac.id²

ABSTRACT

One of the entertainments that is still an attraction in the community is movies. The need for talents in the world of film continues to be needed. SMKN 1 Negeri Katon as one of the vocational schools that has a multimedia major has prepared its students to play a role in the world of film production. To support this, the school has collaborated with the Darmajaya Institute of Informatics and Business to improve students' competence in the multimedia field, especially filmmaking. Lecturers who are members of this service use Adobe Premiere. This service activity lasted for 2 days and was attended by 70 students from two classes. At the end of the training, the students were given the task of making a short film. The results achieved from this service are the implementation of the use of the Adobe Premiere application with a percentage of 83.3% or about 60 short films. This number can be seen from the results of the evaluation of the training participants' products that have been shown. All short films produced will then be included in local competitions between SMK schools.

Keywords— Movie, Multimedia, Adobe Premiere

ABSTRAK

Salah satu hiburan yang masih menjadi daya tarik dimasyarakat adalah film. Kebutuhan akan talenta talenta dalam dunia film terus dibutuhkan. SMKN 1 Negeri Katon sebagai salah satu sekolah kejuruan yang memiliki jurusan multimedia telah mempersiapkan siswanya untuk berperan dalam dunia produksi film. Untuk mendukung hal tersebut, sekolah telah bekerjasama dengan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya guna meningkatkan kompetensi siswa dalam bidang multimedia, terutama pembuatan film. Dosen yang tergabung dalam pengabdian ini menggunakan Adobe Premier. Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama 2 hari dan diikuti oleh 70 siswa dari dua kelas. Diakhir pelatihan, para siswa diberikan tugas untuk membuat sebuah film yang berdurasi pendek. Hasil yang dicapai dari pengabdian ini adalah, terimplementasinya penggunaan aplikasi adobe premier dengan persentase sebesar 83,3% atau sekitar 60 film pendek. Jumlah ini terlihat dari hasil evaluasi dari produk peserla pelatihan yang telah ditunjukkan. Semua film pendek yang dihasilkan selanjutnya akan diikuti dalam kompetisi lokal antar sekolah SMK.

Kata Kunci— Film, Multimedia, Adobe Premiere

I. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, film masih menjadi hiburan yang terus diminati oleh masyarakat[1]. Kebutuhan akan talenta – talenta pada bidang ini terus berkembang[2]. Merespon kondisi ini, sekolah SMKN 1 Negeri Katon berupaya untuk mempersiapkan lulusannya agar memiliki kompetensi dan bisa bersaing[3]. Sekolah kejuruan yang memiliki jurusan multimedia ini telah bekerja sama dengan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya guna menunjang kegiatan dan proses belajar mengajarnya terutama di bidang multimedia[4]. Kerjasama ini telah dilakukan selama beberapa tahun terakhir, terutama dengan jurusan Teknik Informatika dan dosen – dosen nya yang berkecimpung pada bidang multimedia. Untuk memaksimalkan kerjasama ini, para dosen yang fokus dalam bidang multimedia melakukan pengabdian disekolah tersebut[5]. Pengabdian kali ini akan fokus kepada implementasi salah satu *tool* yaitu *adobe premier* untuk pembuatan film yang berdurasi pendek[6][7]. Pengabdian ini melibatkan para dosen yang memiliki kemampuan teknis yang memadai terutama dalam bidang multimedia, untuk teknik dasar pembuatan film[8][9][10]. Pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari. Materi disampaikan kepada para siswa yang mengambil jurusan multimedia. Dihari pertama, dosen memaparkan hal – hal teknis terkait dengan *tools* yang digunakan. Hari berikutnya para siswa melakukan implementasi dengan membuat film durasi pendek menggunakan *tool* tersebut. Dengan adanya pembekalan ini, diharapkan para siswa bisa lebih mudah didalam pembuatan film, terutama film yang dapat berkualitas dan kompetitif.

II. MASALAH

Selama ini, SMKN 1 Negeri Katon belum benar – benar berfokus kepada pembuatan film, walaupun mereka memiliki jurusan multimedia. Namun melihat kebutuhan talenta dalam dunia produksi film terus meningkat, maka mereka berupaya untuk ikut andil dan berperan serta dalam memenuhi kebutuhan para lulusannya di bidang tersebut. Keterbatasan para guru juga menjadi salah satu kendala. Tidak hanya itu, infrastruktur yang tersedia juga belum memenuhi kebutuhan para siswa didalam berkreasi untuk membuat atau memproduksi sebuah film. Tidak hanya itu saja, namun para siswa masih minim pengetahuan terhadap *tool* yang digunakan untuk pembuatan sebuah film. Kondisi inilah yang menjadi masalah, sehingga kami dari dosen jurusan Teknik Informatika Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya melakukan pengabdian untuk mengenalkan *adobe premier* sebagai salah satu *tool* yang bisa digunakan dalam pengembangan produksi film.

III. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari, yaitu 7 – 8 Oktober 2021 di SMKN 1 Negeri Katon. Pada hari pertama kami memberikan materi terkait dengan penggunaan *Adobe Premier*. Mulai dari cara menginstal hingga praktik menggunakan fungsi – fungsi yang terdapat didalamnya. Dihari berikutnya kami melakukan pemberian tugas sekaligus evaluasi terhadap film berdurasi pendek yang telah dibuat para siswa. Ada beberapa kendala yang kami temukan selama kegiatan pengabdian ini dilaksanakan. Pertama adalah adaptasi para siswa terhadap *tool* ini. Karena ini baru pertama kali mereka mengenal *Adobe Premier*, banyak siswa yang butuh untuk beradaptasi terhadap penggunaannya. Kendala berikutnya adalah infrastruktur yang dimiliki. *Tool* ini memiliki spesifikasi ketika

akan diimplementasikan. Ada beberapa *device* yang dimiliki oleh pihak sekolah yang tidak *support* terhadap *tool* ini.

Metode yang kami lakukan untuk mengevaluasi hasil pengabdian ini adalah dengan metode umpanbalik (*feedback*). Umpanbalik yang diharapkan tidak hanya dari peserta atau siswa saja, namun dari guru pengampu matapelajaran juga. Berikut ini adalah hasil yang kami dapatkan dengan metode evaluasi ini:

1. Mendapatkan umpanbalik tentang keunggulan dan kekurangan dari aplikasi yang kami ajarkan.
2. Mendapatkan bentuk startegi lain dalam pembuatan film dengan menggunakan aplikasi *Adobe Premier*.
3. Adanya kolaborasi dari teknik manual dan dengan menggunakan aplikasi.
4. Adanya penghargaan yang kami berikan atas produk film pendek yang dihasilkan siswa yang dapat menggunakan aplikasi *adobe premier* secara optimal.

Sebelum mendapatkan hasil evaluasi, kami tim dosen tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan seleksi, tujuannya agar arah dan tujuan yang diharapkan bisa tercapai dengan maksimal. Proses yang dilakukan pertama adalah masing – masing siswa mendapatkan tugas dengan judul “Pengolahan Audio Video”. Tugas ini diberi waktu selama 18 mulai dan dimulai dari hari pertama. Setiap siswa memilih tema yang telah kami berikan seperti pada Tabel 1 berikut, yaitu;

Tabel 1. Tema Tugas Pembuatan Film

No	Tema Film
1.	Peran Milenial di Era Revolusi Industri 4.0
2.	SMK Pencetak Pengusaha Muda
3.	Profil Siswa Berprestasi
4.	Lestarkan Budaya Nusantara

Sebelum memulai membuat tugas ini, para siswa diminta untuk melakukan persiapan terlebih dahulu, adapun persiapan yang harus dilakukan adalah seperti pada Tabel 2 berikut;

Tabel 2. Persiapan Pembuatan Tugas

No	Persiapan
1.	Merumuskan ide dan melakukan riset sederhana tentang film yang akan dibuat
2.	Membuat Synopsi
3.	Storyboard
4.	Skenario
5.	Mengidentifikasi kebutuhan shooting untuk pembuatan film
6.	Melakukan perekaman gambar

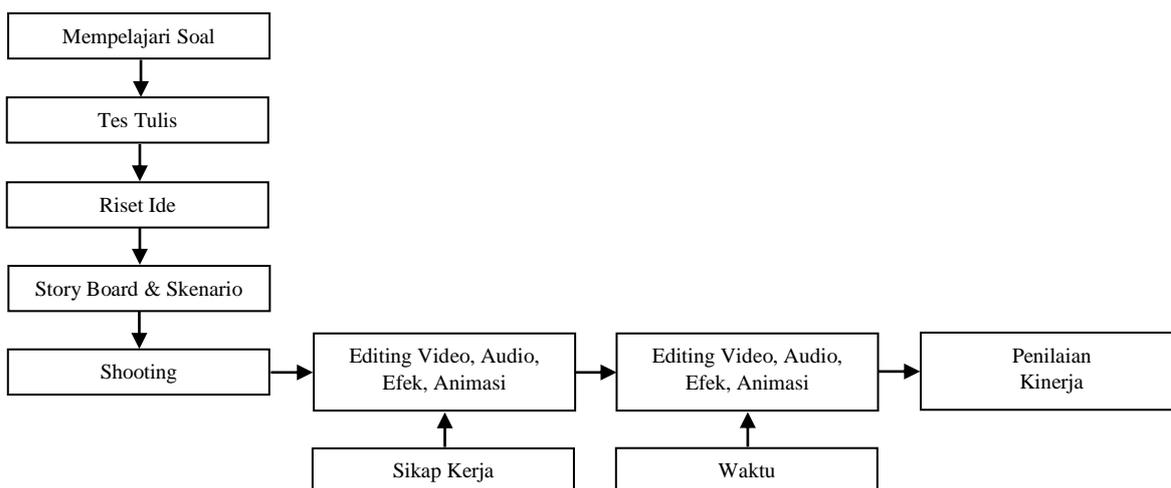
Pada hari pertama pelaksanaan, setiap siswa diminta untuk mengumpulkan aset bahan pendukung lain, diantaranya; gambar, video serta teks yang telah dipersiapkan. Semua ini

dibagikan kembali kepada peserta dihari ke dua pelaksanaan. Adapun proses pelaksanaannya adalah sebagai berikut;

1. Menggunakan aplikasi pengolahan video untuk proses editing
2. Memasukkan gambar atau ilustrasi dalam film dengan menggunakan *software* digital imaging atau digital ilustrator
3. Memasukkan konten film berupa video hasil shooting sendiri dan bisa dilengkapi dari sumber lain yang relevan
4. Menambahkan suara dan efek yang mampu memperkuat kesan obyek yang ditampilkan
5. Kualitas aset bahan harus baik dan jelas

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian yang dilakukan selama dua hari ini menghasilkan sebuah film yang berdurasi pendek. Durasi setiap film antara 2 – 8 menit. Semua film yang dihasilkan oleh siswa harus memenuhi kriteria; kesesuaian tema, keindahan dan juga orisinalitas. Film yang telah dihasilkan, selanjutnya dikonversi kedalam bentuk format MP4 dan dikemas dalam CD/ DVD. Masing – masing CD diberi keterangan sesuai dengan identitas para siswa. Berikut ini adalah alur kerja dari pembuatan film yang harus dilakukan oleh para siswa dapat dilihat pada gambar 1 berikut;



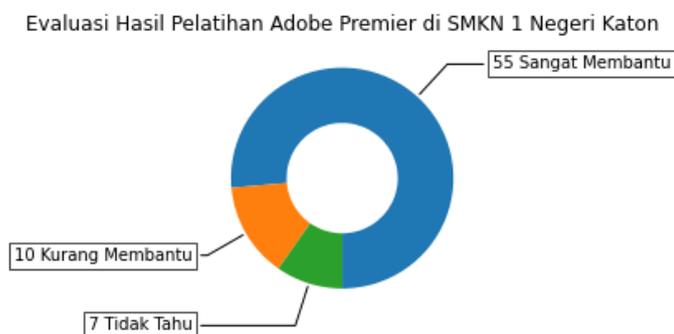
Gambar 1. Alur Kerja Pembuatan Film

Berikut ini adalah Gambar 2, yaitu grafik yang menampilkan komposisi penyelesaian film oleh siswa. Dari 72 siswa, 83,3% siswa atau sekitar 60 orang berhasil menyelesaikan pembuatan film, sementara 16,7% atau 12 orang siswa tidak berhasil menyelesaikan pembuatan film. Ada beberapa hal yang menyebabkan 12 siswa tidak berhasil, diantaranya adalah karena waktu yang diberikan dan infrastruktur yang tidak mendukung.



Gambar 2. Grafik Komposisi Penyelesaian Film oleh Siswa

Berikutnya adalah Gambar 3, yaitu grafik evaluasi hasil pelatihan kepada siswa SMKN 1 Negeri Katon terhadap penggunaan *adobe premier* sebagai *tool* yang dapat digunakan untuk pembuatan film.



Gambar 3. Evaluasi Hasil Pelatihan *Adobe Premier* di SMKN 1 Negeri Katon

Dari grafik diatas terlihat bahwa, 55 orang siswa sangat setuju bahwa pelatihan ini memberikan manfaat, sementara 10 orang berpendapat kurang membantu, sisanya atau sekitar 7 orang tidak memberikan tanggapan. Berikut ini adalah beberapa dokumentasi dari pelatihannya yang dapat dilihat pada gambar 4.





Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian di SMKN 1 Negeri Katon

V. KESIMPULAN dan SARAN

Pelatihan yang telah kami lakukan selama 2 hari ini memiliki hasil yang cukup baik. Hasil tersebut diantaranya adalah, bahwa materi dari *tool* yang kami berikan, yakni *Adobe Premier*, benar – benar memberikan manfaat nyata kepada para siswa didalam mengembangkan sebuah film. Hal ini terbukti dari hasil evaluasi berdasarkan grafik diatas. Untuk menindaklanjutinya, pihak sekolah berharap ada kegiatan lanjutan sehingga pelatihan yang diberikan ini bisa mencapai hasil yang lebih maksimal terutama dalam memproduksi sebuah film.

Selain dari itu, kegiatan yang dilakukan selama dua hari ini tentu saja memiliki kekurangan. Diantaranya adalah sarana dan prasarana atau infrastruktur pendukung. Kami berharap pihak sekolah bisa meng-*update* kembali perangkat PC atau komputer yang ada di labnya, agar kedepannya kegiatan pengabdian bisa dilaksanakan lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. A. B. Jurnal, A. Bisnis, I. Rakhmawati, and U. Khabibah, “Pembuatan Video Product Profile Menggunakan Adobe Premiere Pro CC Sebagai Media Promosi Pada Perky Headwear Malang”.
- [2] D. Manesah Diterbitkan oleh, Y. Kajian Riset Dan Pengembangan Radisi, D. Manesah, and M. Ramadani, “Pelatihan Teknik Editing Video Iklan Menggunakan Adobe Premiere SMK Swasta Pulo Brayon Darat Kecamatan Medan Timur,” 2021.
- [3] I. Diah Kurniawati and dan Sekreningsih Nita, “Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Interaktif untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Mahasiswa,” 2018.
- [4] U. Islam Negeri Sumatera Utara Jl Williem Iskandar Pasar, “Multimedia Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid 19 Purbatua Manurung.”
- [5] C. Eka, N. Puji Lestari Santoso, Sindy Amelia, and V. T. Devana, “Pelatihan Software Editing Bagi Mahasiswa Pada Universitas Raharja,” *ADI Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 60–65, May 2021.
- [6] F. Damayanti, M. S. Asih, and S. Rahman, “Pelatihan Pembuatan Vidio Menggunakan Adobe Premier Dan Adobe Affter Effects di SMK Telkom Sandhy Shandy Putra.”
- [7] S. Winarni, A. Kumalasari, and R. Junita, “Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Menggunakan Adobe Premiere Pro Untuk Guru Smp 7 Muaro Jambi,” 2021.

- [8] J. Pendidikan, A. Perkantoran, M. S. Zaini, and J. Nugraha, “Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbasis Adobe Premiere Pro Pada Kompetensi Dasar Mengelola Kegiatan Humas Kelas XI Administrasi Perkantoran di SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo.
- [9] M. M. Sumantri and N. Y. Sumadewa, “Animasi 3 Dimensi Proses Mimikri Bunglon,” *J. SASAK Desain Vis. dan Komun.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–50, Jun. 2020.
- [10] H. Saputro, R. Ranto, H. Bugis, and M. Y. A. Rahmawan, “Pelatihan Penyusunan Modul Pembelajaran Mata Pelajaran Produktif Berbasis Kkni Dan Kebutuhan Industri Guru-Guru Smk Kota Surakarta Program Keahlian Teknik Otomotif,” *J. Ilm. Pendidik. Tek. dan Kejuru.*, vol. 14, no. 1, p. 1, Feb. 2021.