

PEMANFAATAN KONTEN DIGITAL SEBAGAI BRANDING UMKM DAN INFOGRAFIS DESA PANGKALAN MAKMUR

Nurjanah¹, Jemima Haiqa
Hafizh², Risma Yeni³, Nur'amalina
T.⁴, Nadine Putri Kirana
Nasution⁵, Nayandra Syahli⁶,
Mawaddah⁷, Regita Salsabilah⁸,
Ryan Ramadhan Pratama⁹,
Amirul Firdaus¹⁰, Adlan Tafdil
Hifzan¹¹.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Riau

Article history

Received : 29 November 2024

Revised : 20 Desember 2024

Accepted : 4 Januari 2025

Published : 21 Januari 2025

*Corresponding author

Email : Janah.kom@gmail.com

No. doi:

<https://doi.org/10.24198/sawala.v6i1.59489>

ABSTRAK

Pangkalan Makmur merupakan sebuah desa yang indah dengan banyak potensi. Mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani kelapa sawit dan wirausaha kecil dan menengah. Desa Pangkalan Makmur memiliki berbagai macam potensi, salah satu yang menjadi unggulannya adalah Batik Pangkalan Makmur yang unik, yang menampilkan motif burung Serindit dan kelengkeng. Selain batiknya yang terkenal, Pangkalan Makmur juga memiliki tradisi budaya yang kaya dan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkembang pesat. Akan sangat bermanfaat untuk memperkenalkan dan membuat infografis tentang Desa Pangkalan Makmur. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat video profil desa serta melakukan *branding* dan digitalisasi pada UMKM. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, semakin jelas bahwa sektor teknologi dan dunia digital memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan Kampung Pangkalan Makmur. Untuk itu, KKN MBKM Universitas Riau melakukan survei dan observasi menyelur terhadap potensi yang ada, serta menyusun serangkaian program kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik Kampung Pangkalan Makmur. Melalui observasi dan pengumpulan informasi yang ada, pelaksanaan program kerja dilakukan dan memuat hasil berupa adanya digitalisasi terhadap UMKM Kampung Pangkalan Makmur serta adanya produk digital yang memuat informasi dan potensi Kampung Pangkalan Makmur, selain itu tedapatnya *branding* baru pada usaha masyarakat sekitar dikarenakan adanya produk berupa konten video, desain label kemasan, serta label kemasan dan spanduk bagi pelaku UMKM di Kampung Pangkalan Makmur.

Kata kunci: Kuliah Kerja Nyata, Digitalisasi, *Branding*, Video Profil, UMKM

ABSTRACT

Pangkalan Makmur is a lovely village with a lot of potential. The majority of the community are engaged in palm oil farming and small and medium entrepreneurship. Pangkalan Makmur Village has a wealth of potential, including the unique Batik of Pangkalan Makmur, which features Serindit bird and longan motifs. In addition to its renowned batik, Pangkalan Makmur is home to a rich tapestry of cultural traditions and a thriving small and medium enterprise (SME) sector. It would be beneficial to introduce and create an infographic of Pangkalan Makmur Village. This could be done by making profile videos and by branding and digitalizing UMKM. In light of the rapid advancement of technology, it is becoming increasingly clear that the technology sector and the digital world play a pivotal role in supporting the development of Kampung Pangkalan Makmur. To this end, KKN MBKM Riau University conducted a comprehensive survey and observation of the existing potential, and developed a series of work programs tailored to the specific needs of Kampung Pangkalan Makmur. Through observation and collection of existing information, the work programme was implemented and resulted in the digitisation of MSMEs in Kampung

Pangkalan Makmur and digital products containing information and potential of Kampung Pangkalan Makmur, as well as new branding for local community businesses through products in the form of video content, packaging label design, and packaging labels and banners for MSMEs in Kampung Pangkalan Makmur.

Key word: Community Service Program, Digitalization, Branding, Profile Video, UMKM

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa dalam kurun waktu tertentu. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata kali ini dilaksanakan di Kampung Pangkalan Makmur. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan menyelesaikan permasalahan yang dialami masyarakat dan dilakukan berdasarkan kearifan dan potensi lokal. (Kurnia et al., 2020)

Kampung Pangkalan Makmur merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Dayun Kabupaten Siak Provinsi Riau. Kampung Pangkalan Makmur memiliki luas wilayah sebesar 11,2 km² dengan jumlah penduduk sebesar 2.659 jiwa. Kampung Pangkalan Makmur merupakan desa yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, segala keterbatasan serta kurangnya kesadaran masyarakat terkait potensi dan pemanfaatan teknologi yang ada menjadi penghambat dari kampung ini untuk berkembang dengan lebih pesat. Hal inilah yang mendorong mahasiswa KUKERTA selaku perwakilan Akademisi untuk memberikan ide-ide kreatif dengan tema digital yang diharapkan dapat menjangkau potensi menuju Kampung Pangkalan Makmur yang lebih berdaya.

Kampung Pangkalan Makmur memiliki beberapa usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM yang menjadi salah satu roda penggerak perekonomian kampung ini. Trend digital marketing menjadi peluang bagi UKM untuk menyambut era industri 4.0. (Riyanto et al., 2022). *Digital marketing* memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan

oleh para pemasar. UMKM yang terdapat di kampung ini diantaranya yaitu pisang sale, rengginang, kerupuk tempe, dan lainnya. Di era digital seperti saat ini, digitalisasi dan *branding* menjadi nilai penting bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing serta memperluas pasar. Digitalisasi bisnis sendiri juga dapat dimanfaatkan sebagai suatu upaya untuk memasarkan produk-produk unggulan daerah setempat melalui perkembangan teknologi dan *platform* digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas serta memasarkan produknya pada target konsumen yang tepat (Syahputra et al., 2023) *Branding* merupakan usaha sebuah usaha untuk membangun relasi dengan para pelanggan (Nazhif & Nugraha, 2024). *Branding* UMKM dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti pembuatan kemasan, spanduk serta katalog produk. Digitalisasi UMKM adalah tindakan mengadopsi teknologi untuk mendukung penjualan produk (Maihani et al., 2024). Sayangnya, kurangnya pemanfaatan teknologi membuat pemasaran dari UMKM-UMKM yang ada di Kampung Pangkalan Makmur menjadi masih sangat terbatas.

Kurangnya pemanfaatan teknologi di Kampung Pangkalan Makmur tidak hanya tampak pada UMKM yang ada, namun juga terlihat dari sulitnya akses informasi terkait kampung pangkalan makmur di media sosial. Minimnya informasi dari Kampung Pangkalan Makmur ini berdampak pada berbagai aspek seperti sosial, budaya bahkan ekonomi. Kampung Pangkalan Makmur memiliki batik khas yang seharusnya dapat menjadi pendongkrak ekonomi serta budaya masyarakat. Sayangnya hal ini belum banyak diketahui

oleh masyarakat luar karena kurangnya promosi yang berbasis teknologi. Melihat banyaknya potensi dari kampung Pangkalan Makmur yang dapat dikembangkan melalui digitalisasi ini, dibutuhkan perhatian lebih dari pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait digitalisasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan salah satu staf lembaga pemerintahan Kampung Pangkalan Makmur yaitu bapak Sugito mengungkapkan bahwa "Kalau untuk penggunaan media digital Kampung Pangkalan Makmur sudah melaksanakan hal tersebut sekitar tiga atau empat tahun yang lalu". Pak Sugito juga menuturkan bahwasanya "Sistem informasi digital yang digunakan adalah Facebook dan sistem SICANTIK yang merupakan aplikasi digital yang dipadukan dengan data di lapangan untuk memudahkan masyarakat dalam mengurus berbagai hal dan memperoleh informasi". Berdasarkan data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara maka Kampung Pangkalan Makmur telah menerapkan teknologi berbasis media digital mulai diimplementasikan sejak lama.

Namun pada eksekusinya penggunaan media digital tentu memerlukan pelatihan serta sosialisasi kepada masyarakat untuk pemerataan yang lebih lanjut. Media seperti facebook pada modern ini tidak terlalu sering digunakan mengingat banyaknya media sosial yang semakin berkembang belakangan ini seperti aplikasi Tiktok, Instagram dan lainnya. Untuk menunjang digitalisasi yang lebih efektif maka diperlukan eobservasi yang lebih lanjut terkait media apa yang lebih sering digunakan, maka dari itu berdasarkan hasil observasi yang dilakukan maka dipilih media seperti Tiktok dan Instagram sebagai media teknologi digital dalam melangsungkan promosi dan menyebar luaskan informasi mengenai Kampung Pangkalan Makmur.

Selain itu Salah satu hal yang dibutuhkan oleh Kampung Pangkalan Makmur adalah pembaharuan terhadap video profil desa yang memuat berbagai informasi mulai dari aspek ekonomi hingga budaya. Dengan adanya video profil desa diharapkan Kampung Pangkalan Makmur dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat mendongkrak perekonomian dan pemberdayaan

kampung ini. Video profil desa juga dapat menjadi sarana promosi Kampung Pangkalan Makmur, melalui kanal Youtube yang tentunya memiliki jangkauan yang lebih luas serta dapat diakses oleh seluruh masyarakat.

Melalui observasi yang telah dilakukan serta pelaksanaan program kerja, adapun Pak Sugito mengemukakan bahwa "Dengan adanya media digital dan juga teknologi yang semakin memadai membuat pihak desa dapat menyebarkan informasi kemana saja, serta menyebarkan produk-produk ataupun potensi Kampung Pangkalan Makmur dengan cepat, baik, serta akurat."

KAJIAN PUSTAKA

Digitaliasi

Digitaliasi adalah penggunaan teknologi dalam berbagai bidang untuk mempermudah sarana informasi. Diera saat ini digitaliasi dapat dilakukan dalam hal apapun seperti pembelajaran, penyebaran informasi bahkan dalam penjualan UMKM. Digitalisasi UMKM sendiri adalah tindakan untuk mengadopsi teknologi digital selain dari proses pemasaran UMKM juga meliputi proses bisnis UMKM (Laziva & Qoes, 2024). Digitalisasi UMKM ini menguntungkan karena usaha dapat memanfaatkan jangkauan pasar yang luas. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat. Selain itu, digitaliasi juga dibutuhkan sebagai sarana memperluas informasi contohnya seperti penyebaran informasi terkait desa. Pembuatan Video Profil Desa sebagai bentuk sumber informasi dan promosi desa, melakukan sosialisasi terkait hal yang harus diperhatikan pada era digital. Setelah sepakat dilakukan pemilihan opsi

Branding

Branding UMKM merupakan usaha untuk membuat produk atau usaha yang kita jalankan dipandang baik oleh konsumen. Baik dari segi merek, produk yang dibuat, perusahaan yang mengelola, atau *tagline* produk yang menjadi ciri khas komoditas. Di era teknologi seperti saat ini, menciptakan citra positif untuk produk dapat sangat penting agar produk dapat bersaing dengan pesaing dan bertahan dalam persaingan yang ketat. Menurut Setiawati dalam (Rezky et al., 2021), Produk yang bagus tanpa *Branding* packaging yang baik serta strategi pemasaran akan sia-sia. *Branding packaging* juga dapat

menjadi media promosi kepada konsumen, *branding* yang memiliki ciri khas menjadi *brain minded* kepada konsumen. Ciri khas dapat berupa logo, desain kemasan, pewarnaan, serta tipografi. Menurut Sulistio dalam (Natalia et al., 2022) Branding produk memiliki beberapa manfaat, seperti berikut:

1. Mudah Dikenali, produk bermerk akan lebih mudah dipromosikan dan meyakinkan pelanggan karena memiliki merk akan membuat produk terlihat berbeda dari yang lain dan membuat pelanggan tertarik.
2. Membedakan Produk satu dengan Lainnya, dengan menggunakan branding, produk yang kita buat akan memiliki ciri-ciri unik yang membedakannya dari produk lain yang serupa. Ini memungkinkan produk yang dijual sama tetapi memiliki ciri-ciri yang berbeda untuk menarik konsumen untuk membeli lagi.
3. Mempengaruhi Psikologi Pembeli karena merk dan *branding* produk sangat berpengaruh pada pemasaran dan penjualan, sehingga jika pembeli melihat produk dengan merk, mereka percaya bahwa produk tersebut akan sangat baik dan berbeda dari produk lain yang tidak memiliki merk.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan program kerja Kukerta MBKM 2024 Universitas Riau ini dilakukan dengan melakukan pendekatan partisipatif. Menurut Pratikto dalam (Budiwitjaksono et al., 2022) metode pendekatan partisipatif merupakan pendekatan yang berorientasi kepada peningkatan peran serta masyarakat secara langsung dalam berbagai proses dan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. analisis terlebih dahulu dilakukan terkait dengan potensi yang ada di desa Pangkalan Makmur, potensi tersebut dilihat dari sektor ekonomi, sosial, dan kebudayaan yang ada di kampung Pangkalan Makmur. Dalam analisis tersebut kami melakukan survey mulai dari fasilitas yang tersedia, UMKM apa saja yang ada hingga kebudayaan yang masih sangat kental di Kampung tersebut.

Melalui analisis tersebut kami menemukan potensi yang cukup besar dari Kampung Pangkalan Makmur, dimana

kampung tersebut terdiri atas banyaknya Perkebunan sawit hingga terdapat juga salah satu Perusahaan BUMN yaitu PTPN IV. Selain itu terdapat juga usaha desa yang dikelola langsung oleh Masyarakat salah satunya adalah Karang Taruna. Karang Taruna adalah wadah atau wahana pembinaan generasi muda, untuk dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi dan kemampuannya (Sunoto & Nulhakim, 2017). Dengan wadah tersebut diharapkan generasi muda mempunyai rasa tanggungjawab yang besar terhadap diri sendiri, sosial dan masyarakat. dan beberapa UMKM yang aktif dan inovatif di kampung Pangkalan Makmur. Tidak hanya pada sektor ekonomi, namun pada kebudayaan kampung Pangkalan Makmur masih sangat melesterikan kebudayaan yang ada. Mayoritas Masyarakat kampung Pangkalan Makmur merupakan penduduk transmigrasi dari pulau Jawa sehingga kebudayaan yang ada berakulturasi dengan budaya melayu yang terdapat di Kabupaten Siak, namun meskipun mayoritas masyarakatnya bersuku Jawa dan kebudayaan yang ada kental dengan suku Jawa, kampung Pangkalan Makmur masih tetap melesterikan kebudayaan melayu yang ada.

Salah satu bentuk kelestarian budaya melayu yang ada di kampung Pangkalan Makmur yaitu, Batik Serindit. Batik Serindit merupakan Batik khas Pangkalan Makmur yang sangat kental dengan kebudayaan melayu hal ini dikarenakan burung serindit merupakan fauna khas provinsi Riau yang melambangkan kearifan, kebijaksanaan kerendahan hati Masyarakat Riau. Selain itu terdapat rumah tahfiz yang dikelola oleh Masyarakat kampung Pangkalan Makmur yang turut menyumbang kegiatan pada sektor pendidikan. Tidak hanya itu pada dusun inti 3 Pangkalan Makmur terdapat Perusahaan PTPN IV yang menjadi bagian administratif kampung Pangkalan Makmur. Disamping dari batik dan hal yang telah disebutkan sebelumnya kampung Pangkalan Makmur juga memiliki kesenian jaranan yang masih sangat dilesterikan bahkan diajarkan kepada anak-anak yang ada di Pangkalan Makmur.

1. Tahap Persiapan (*Preparation*)

Dari beberapa potensi yang telah dijabarkan maka diketahui potensi yang dapat dikembangkan dari kampung Pangkalan Makmur, maka dari itu *team*

Kukerta MKBKM Universitas Riau yang berada di Pangkalan Makmur membuat metode pengembangan desa dengan membuat promosi UMKM Masyarakat sekitar serta membuat Video Profil desa yang memuat infografis Kampung Pangkalan Makmur. Video profil atau dalam istilah lainya company profile merupakan solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk keperluan promosi. Video profil adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di media dalam bentuk audio dan visual, (Rosyidah, 2024). Pada persiapan team Kukerta menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan serta berkoordinasi dengan Masyarakat terkait pengambilan *footage* dan menyiapkan alat pengambilan *footage* seperti kamera dan juga tripod. Pada tahap ini juga team Kukerta MBKM Universitas Riau melakukan analisis SWOT terkait untuk mengetahui potensi usaha yang dikelola oleh Masyarakat tersebut. Persiapan dilakukan selama kurang lebih seminggu, Dimana pengambilan beberapa *random footage* dilakukan serta dilakukannya wawancara kepada beberapa elemen desa untuk menlempkapi video.

2. Tahap Pelaksanaan (*Execution*)

Pada eksekusinya *team* Kukerta mewawancarai beberapa elemen Masyarakat untuk mendata informasi yang akan di muat pada video profil. Selain itu dilakukan juga metode pengambilan *random footage* seperti siluet kampung Pangkalan Makmur, kegiatan sehari hari Masyarakat hingga pengambilan *footage* video di beberapa kesenian Masyarakat seperti kesenian bela diri silat Satria Muda Indonesia, Batik Serindit, Kesenian Jaranan dan kegiatan lainnya. Tidak hanya itu pada pembuatan video profil juga dilakukan pengambilan *footage* pada UMKM yang ada di Kampung Pangkalan Makmur seperti produksi susu kedelai, dan juga produksi tahu. Tidak hanya itu pada tahap eksekusi terdapat juga kegiatan membuat *script voice over* dan juga pengisian *voice over* guna melengkapi komponen video profil. Keberadaan website profil desa sebagai media informasi dan didukung dengan kemampuan dalam menggunakannya, diharapkan dapat memberikan informasi yang lengkap kepada masyarakat luas sehingga memudahkan kegiatan promosi, publikasi atau bahkan hal lainnya (Nugroho & Daniati, 2021).

3. Tahap Penyelesaian (*Finishing*)

Setelah melakukan pengambilan *footage* video dilakukan evaluasi pada kegiatan yang telah dilakukan, evaluasi dilakukan dengan menonton *footage* yang ada dan menambahkan beberapa *footage* yang sekiranya masih kurang. Selain tu dilakukan pengeditan video profil dengan menggabungkan semua *footage* yang ada, menambahkan *grading* warna, menambahkan *voice over* serta memberikan *finishing* lainnya. Menurut Maulana dalam, (Pratiwi & An, 2024), Perkembangan teknologi di era digital yang semakin pesat membuat kebutuhan informasi sangat berpengaruh dalam aspek kehidupan masyarakat. Adanya perkembangan teknologi, manusia semakin mudah untuk mendapatkan akses dalam memenuhi kebutuhan seperti kebutuhan informasi, sandang, pangan dan lain sebagainya

Menurut Indrawan dan Poppy dalam, (Mulyati & Suhaety, 2021), teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi diartikan sebagai upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis atau gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Selain video profil Kukerta MBKM Universitas Riau juga turut membuat konten digital serta *branding* UMKM yang targetnya merupakan Masyarakat kampung Pangkalan Makmur. Pada program kerja ini *team* Kukerta memakai metode analisis dan observasi lapangan dengan mendata UMKM mana saja yang sekiranya membutuhkan bantuan. Dari hasil observasi terdapat 6 UMKM Masyarakat lokal dan diketahui juga apa saja yang dilakukan pada UMKM tersebut.

1. Tahap Persiapan (*Preparation*)

Pada tahap ini dilakukan pendataan UMKM yang akan dieksekusi dan bantuan *branding* apa yang akan diberikan. Setelah mengetahui data terdapat 6 UMKM Masyarakat sekitar yaitu produksi susu kedelai, produksi tahu, produksi kerupuk rengginang, produksi kue basah, produksi pisang sale, dan produksi kerupuk tempe. Dari data tersebut di lakukan perencanaan *branding* dengan membuat desai spanduk untuk beberapa UMKM serta membuat desain untuk stiker produk hingga pembuatan konten video untuk mempromosikan UMKM tersebut.

2. Tahap Pelaksanaan (*Execution*)

Pada tahap ini dilakukan pendesainan spanduk untuk UMKM terkait, desain dilakukan oleh seluruh anggota Kukerta dengan membagi *jobdesk* masing masing. Tidak hanya mendesain spanduk namun dilakukan juga desain stiker kemasan yang akan diberikan kepada pelaku UMKM. Setelah melakukan desain selanjutnya desain diberikan kepada percetakan untuk dicetak dan diberikan kepada pelaku UMKM. Tidak hanya mendesain, dilakukan juga pembuatan konten video digital guna mempromosikan UMKM yang ada pada eksekusinya team Kukerta membagi tugas dan membuat video konten yang sedang viral belakangan ini guna menarik minat penonton. Menurut Ardipraditiya daya tarik promosi di media sosial diantaranya adalah gambar promosi yang menarik dan mempunyai nilai tawar calon pembeli untuk melihat dan akhirnya memutuskan untuk membeli (Rusdi et al., 2022).

3. Tahap Penyelesaian (*Finishing*)

Pada tahap ini semua kegiatan *branding* dan digitalisasi yang dilakukan diberikan kepada pelaku UMKM untuk dapat melakukan promosinya. Tidak hanya itu beberapa konten juga di *upload* pada media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan lainnya. Pada dasarnya menjual produk menggunakan jalur digital *marketing* maupun *offline* memiliki tantangan dan pola yang sama yang membedakannya hanyalah media yang digunakan saja (Auliasari et al., 2021). Menurut Widia dalam (Aisyah & Rachmadi, 2022) UMKM perlu meningkatkan kemampuan pemasaran agar mampu bersaing dengan UMKM lainnya dengan meningkatkan kemampuan digital marketing atau sosial media marketing

Kegiatan Kukerta ini melibatkan partisipasi mitra dari masyarakat. Mitra dalam program ini adalah para pelaku usaha industri rumahan serta Masyarakat sekitar yang berdomisili di Kampung Pangkalan Makmur. Adapun Masyarakat yang terlibat langsung dalam pembuatan video profil yaitu :

1. Penghulu Kampung Pangkalan Makmur
2. Kepala Dusun Sukajadi, Kampung Pangkalan Makmur
3. Kepala Dusun Panda Jaya, Kampung Pangkalan Makmur
4. Kepala Dusun Inti III, Kampung Pangkalan Makmur

5. Pembina Rumah Tahfidz
6. Kerani sekaligus Pelatih Silat SMI
7. Pelaku UMKM
8. Masyarakat Sekitar

Adapun mitra usaha yang tergabung dalam program ini adalah:

- a. Produksi Susus Kedelai (Vina Cake)
- b. Produksi Pisang Sale
- c. Produksi Kerupuk Rengginang (Kerupuk Rengginang Mak Dar)
- d. Produksi Tahu (Pak Imam)
- e. Produksi Kue Basah (Dapur Keisya)
- f. Produksi Kerupuk Tempe (Kerupuk Tempe Jaya Berkah)



Gambar 1. Pengambilan *Footage* Video Profil Bersama Pak Penghulu dan Produksi Tahu

Pada eksekusinya video profil dilakukan kunjungan ke beberapa elemen Masyarakat seperti bapak Penghulu Kampung Pangkalan Makmur untuk dilakukan wawancara hingga mendapatkan data Kampung Pangkalan Makmur, selain itu dilakukan juga pengambilan *footage* di produksi tahu saat sedang melakukan produksi.



Gambar 2. Pengambilan *Footage* Video Profil dan Pembuatan *Script* Voice Over

Tahap ini dilakukan pengambilan *footage* video produksi susu kedelai oleh UMKM Vina Cake sekaligus melakukan pembuatan *script* voice over guna melengkapi komponen video profil dan melakukan perekaman voice over.



Gambar 3. Pengambilan Video Wawancara Dengan Kepala Dusun Pangkalan Makmur

Pada tahap ini dilakukan wawancara dengan kepala dusun yang ada di Kampung Pangkalan Makmur sekaligus mengambil beberapa *footage* untuk kebutuhan video profil, selain itu pada wawancara diberikan pertanyaan yang juga memuat informasi dan data terkait keunggulan masing masing dusun yang ada di Kampung Pangkalan Makmur.



Gambar 4. Pengambilan *Footage* Pembuka Video Profil dan Pengegiatan Video Profil

Wawancara dilakukan dengan Bapak penghulu Kampung Pangkalan Makmur untuk *footage* pembukaan pada video profil sekaligus melakukan pengeditan Video Profil dengan melakukan penggabungan *footage*, penambahan *voice over* dan *sound*, serta pemberian *grading* warna sehingga menciptakan video profil yang menarik untuk ditonton.

HASIL Pelaksanaan Program Kerja Video Profil Desa

Video profil desa merupakan sebuah konten digital yang memuat informasi dan data yang terdapat di suatu desa, dengan adanya video profil desa dapat membantu Masyarakat luar dari daerah untuk mengenal dan mengetahui suatu desa baik itu potensi hingga apa yang ada dalam desa tersebut.

Video profil merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah (Nurosyid et al., 2022). Dilihat dari pengertiannya video profil merupakan media informasi yang tepat untuk memperkenalkan potensi daerah, karena mampu menampilkan informasi dengan lebih detail.

Pada program kerja video profil desa telah dilaksanakan dan dihasilkan luaran berupa dokumentasi video yang memuat informasi terkait Kampung Pangkalan Makmur. Dimana infografis ini tentunya menjadi sumber data dan juga

branding identitas bagi Kampung Pangkalan Makmur. Selain itu video profil juga bermanfaat sebagai media yang mendukung perkembangan desa dengan menarik Masyarakat luar untuk mengetahui lebih jauh terkait Kampung Pangkalan Makmur.

Berikut hasil dari program kerja Video Profil Desa yang dapat diakses melalui akun YouTube KKN MBKM PANGKALAN MAKMUR 2024 dan link video profil sebagai berikut : https://youtu.be/cvD8tYob_os?si=yaUU9dEo402MRdK



Gambar 5. Video Profil Desa Pangkalan Makmur



Gambar 6. Potongan Video Profil Kampung Pangkalan Makmur

Pasca produksi video profil dilakukan penyerahan video kepada perangkat desa berupa file *flashdisk* dan juga melakukan pengunduhan video ke akun YouTube KKN MBKM PANGKALAN MAKMUR 2024 sebagai bentuk *output* program yang telah dikerjakan. Dampak dari video profil ini memberikan manfaat bagi Kampung Pangkalan Makmur dimana menjadi media ataupun sarana dalam memperkenalkan Kampung Pangkalan Makmur kepada lingkungan luar serta turut membantu memberikan informasi yang ada.

Pelaksanaan Program Kerja *Branding* dan Digitalisasi UMKM

Tidak hanya membuat video profil desa, dalam memajukan dan membantu perkembangan Kampung Pangkalan Makmur di era digital ini dilakukan pula *Branding* dan Digitalisasi pada UMKM Kampung Pangkalan Makmur sebagai bentuk bantuan dalam sektor

perekonomian. hasil yang di dapat dari program kerja ini adalah adanya desain spanduk, stiker, dan konten digital yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk lebih giat lagi dalam melakukan promosi usahanya. Menurut (Perwitasari et al., 2024) penguatan UMKM melalui *branding* dan digitalisasi marketing menjadi sangat relevan, terutama di era digital yang terus berkembang. Transformasi bisnis ke arah digital tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen, tetapi juga memungkinkan UMKM untuk meraih pelanggan dengan lebih efektif dan efisien.



Gambar 7. Penyerahan Spanduk Dan Stiker Kemasan Pada Pelaku UMKM

Setelah seluruh program selesai dilakukan penyerahan *hasil yang telah dibuat* kepada pelaku UMKM produksi susu kedelai dan juga sale pisang. Penyerahan ini dilakukan sebagai bentuk dukungan terhadap perkembangan umkm dan luaran dari program kerja yang telah selesai dilaksanakan.



Gambar 8. Penyerahan Spanduk Dan Pemakaian Stiker pada Produk

Selain itu dilakukan juga penyerahan spanduk dan stiker kepada beberapa UMKM lainnya dan diketahui bahwa hasil dari program kerja *branding* dan digitalisasi ini memiliki target yang tepat dimana program ini menyentuh langsung pelaku UMKM yang ada di Kampung Pangkalan Makmur. Diketahui juga bahwa stiker yang diberikan juga langsung digunakan oleh pelaku UMKM.



Gambar 9. Konten Video Batik Serindit



Gambar 10. Konten Susu Kedelai dan Konten Sale Pisang

Dampak atau hasil yang didapatkan dari digitalisasi UMKM ini adalah adanya aset video digital yang dapat disebarakan ketika akan melakukan promosi, selain itu lebih dikenalnya produk UMKM yang ada di Kampung Pangkalan Makmur. Lalu penggunaan teknologi berbasis digital merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam pelaksanaan promosi pada zaman modern ini, hal ini dikarenakan berbagai elemen masyarakat mulai menggunakan teknologi dan juga media digital.

Hasil lain dari adanya pelaksanaan program kerja *branding* dan digitalisasi UMKM memberikan kemudahan bagi pelaku usaha kampung Pangkalan Makmur untuk menyebar luaskan informasi dan juga promosi kepada khalayak yang lebih luas, tidak hanya seputar kampung saja. Dengan adanya *branding* turut memberikan citra yang baik terhadap pelaku UMKM.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa Universitas Riau di Desa Pangkalan Makmur, melalui program KKN MBKM, berhasil membantu mengembangkan potensi desa tersebut dengan cara digitalisasi dan *branding*. Program ini mencakup pembuatan video

profil desa yang informatif, serta pembuatan konten digital dan *branding* untuk UMKM setempat. Capaian keberhasilan program kerja dapat dilihat dari terdapatnya informasi yang bisa diakses melalui google maps dalam melakukan pencarian terhadap UMKM masyarakat sekitar, sebelum dilaksanakan program kerja digitalisasi, beberapa UMKM sulit untuk diketahui alamatnya, dengan mendaftarkan UMKM memudahkan masyarakat dalam mencari informasi terhadap UMKM tersebut. Tidak hanya itu adanya indikator capaian jumlah penonton pada video profil desa yang meningkat membuat Kampung Pangkalan Makmur tentunya sudah diketahui oleh masyarakat luar.

Pada UMKM masyarakat Kampung Pangkalan Makmur sebelumnya terdapat beberapa usaha yang belum terlalu memiliki *branding* di masyarakat. Dengan adanya program kerja *branding* UMKM memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk membuat citra terhadap merk dagangnya. Hasil dari program kerja ini berupa adanya label kemasan yang dapat digunakan pelaku UMKM pada produknya sehingga konsumen yang membeli mengetahui UMKM tersebut. Sebelum adanya label kemasan beberapa UMKM belum terlalu dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya digitalisasi serta *branding* pada UMKM masyarakat Kampung Pangkalan Makmur membuat para pelaku usaha memiliki kesempatan untuk mempromosikan produknya keluar dari Kampung Pangkalan Makmur.

Langkah-langkah diatas dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar produk lokal. Melalui pendekatan partisipatif dan analisis potensi desa, mahasiswa KKN MBKM mampu mengidentifikasi kebutuhan desa dan UMKM, serta memberikan solusi berupa pembuatan konten digital yang menarik dan berfungsi sebagai alat promosi yang efektif. Hasil dari program ini adalah adanya video profil desa yang diunggah di YouTube dan berbagai konten digital untuk UMKM, yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat luar terhadap potensi Desa Pangkalan Makmur dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial

Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448.

Auliasari, K., Kertaningtyas, M., & Willis, D. (2021). Penerapan Model Aida Pada Pembuatan Konten Digital Marketing Kreasi Kayu Immux. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(3), 341–349.

Budiwitjaksono, G. S., Putri, R. A., Anindiyadewi, N. C., & Anggrainy, N. P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengembangkan Umkm Melalui Digitalisasi Di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 615–624.

Kurnia, M., Jaya, I., Jalil, A. R., Arya, N., & Amin, S. (2020). Kkn Tematik Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat Di Kecamatan Pulau Sembilan Kabupaten Sinjai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin*, 1–9.

Laziva, N., & Qoes, A. M. (2024). Studi Literatur Digitalisasi Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Di Eramasyarakat 5.0: Strategi Dan Faktor. *Manajemen Business Innovation Conference-Mbic. V, 7*, 1050–1079.

Maihani, S., Nur, T., & Yusrawati. (2024). Pengembangan Umkm Di Era Masyarakat Digitalisasi. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, 7(3), 103–106.

Mulyati, M., & Suhaety, Y. (2021). Eranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (Pkk) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Perempuan Di Desa Matua Kecamatan Woja Kabupaten Dompu. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan Pkm Bidang Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 288–294.

Natalia, R., Kharisma, F., Ramadhan, M. R., & Nihaya, I. U. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kerja *Branding* Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Pelaku Umkm Desa Kweden. *Abimanyu: Journal Of Community Engageme*, 3(2), 35–39.

Nazhif, M., & Nugraha, A. (2024). Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 3(7), 261–267.

Nugroho, A., & Daniati, E. (2021). Pelatihan

- Penggunaan Website Sebagai Media Informasi Profil Desa. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 9–16.
- Nurosyid, F., M, I., Patria, A. A., Annas, A., Awalumuttaqin, I. H., Sari, L. K., & Safira. (2022). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 215–221.
- Perwitasari, I. D., Hendrawan, J., Sitepu, F., & Anggraini, W. (2024). Endampingan Dan Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Branding Dan Digitalisasi Marketing. *Jpm: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 134–141.
- Pratiwi, D. D., & An, H. R. A. (2024). Transformasi Digital Desa: Pelatihan Video Profil Sinematik Dan Pembaruan Foto Google Maps. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(5), 1356–1361.
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding Umkm Untuk Meningkatkan Potensi Promosi Dan Penjualan Secara Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Iptek*, 1(1), 39–44.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan Umkm Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Komunitas Umkm Di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142.
- Rosyiidah, R. (2024). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi Dan Promosi Dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2528–2534.
- Rusdi, I., Christian, A., & Suryani, I. (2022). Pelatihan Desain Grafis Pembuatan Flyer Produk Untuk Promosi Konten Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(2), 9–15.
- Sunoto, I., & Nulhakim, A. L. (2017). Mengukur Tingkat Partisipasi Pemuda Dalam Program Karang Taruna Dengan Pendekatan Metode Fuzzy Infrence System Mamdani. *Imetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 711–720.
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding Umkm Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521–527.
- Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 4(1), 521–527.
- (2022). Pendampingan Umkm Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Komunitas Umkm Di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142.
- Rosyiidah, R. (2024). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi Dan Promosi Dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2528–2534.
- Rusdi, I., Christian, A., & Suryani, I. (2022). Pelatihan Desain Grafis Pembuatan Flyer Produk Untuk Promosi Konten Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(2), 9–15.
- Sunoto, I., & Nulhakim, A. L. (2017). Mengukur Tingkat Partisipasi Pemuda Dalam Program Karang Taruna Dengan Pendekatan Metode Fuzzy Infrence System Mamdani. *Imetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 711–720.
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding Umkm Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Jurnal*