

## LAMPIRAN: TEMPLATE LAPORAN AKHIR NON REGULER

### LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SKEMA NON REGULER

1. Judul : Pelatihan Pembuatan Konten Dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Media Sosial Di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta
2. Bidang Ilmu : Teknologi Pembelajaran
3. Ketua Pelaksana
  - a. Nama : Vera Yuli Erviana, M.Pd.
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIDN : 0525079001 NIY/NIP: 60150829
  - d. Disiplin Ilmu : Pendidikan Dasar
  - e. Pangkat, Golongan : Penata Tk. I, III/d Jabatan Fungsional: Lektor
  - f. Fak./Program Studi : FKIP/PGSD
  - g. Perguruan Tinggi : Universitas Ahmad Dahlan
  - h. Alamat Kantor : Jalan Ki Ageng Pemanahan No 19 Sorosutan Umbulharjo Yogyakarta
  - i. Telepon/Faksimile : 0274-563515, 0274-511830
  - j. Alamat Rumah : Secang RT 28 RW 15 Sendangsari Pengasih Kulon Progo
  - k. Telepon/HP : 085643187637
  - l. E-mail : vera.erviana@pgsd.uad.ac.id
4. Mahasiswa yang Terlibat :
  - a. Nama Mahasiswa : Utami Kartika Wulan NIM: 2000029134
  - b. Nama Mahasiswa : Thoriq Fatihul Haq NIM: 1900005313
  - c. Nama Mahasiswa : Vikri Rizqa Putra NIM: 1900012247
6. Mitra Kegiatan : Ibu-Ibu RW 03, Ngampilan, Yogyakarta
7. Lokasi Kegiatan : RW 03, Ngampilan, Yogyakarta
8. Pelaksanaan Kegiatan : tanggal 9 dan 10 Juli 2023
9. Biaya Dikeluarkan :
  - a. UAD : Rp 1.500.000,-
  - b. Luar UAD : -Total : Rp 1.500.000,-

Mengetahui,  
Kepala LPPM



*Anton Yudhana*  
Anton Yudhana, M.T., Ph.D  
NIY 60010383

Yogyakarta, 29 Juli 2023  
Pelaksana,

Vera Yuli Erviana, M.Pd.  
NIY. 60150829

## LAPORAN AKHIR PENGABDIAN NON REGULER

Ringkasan proposal pengabdian dibuat 3 alenia tidak lebih dari 500 kata yang berisi: (a) alenia pertama memuat permasalahan dan tujuan pengabdian, (b) alenia kedua memuat solusi, metode pelaksanaan, rencana kegiatan, dengan menyertakan bentuk keterlibatan dan peran serta AUM dan (c) alenia ketiga memuat target luaran yang telah dicapai sesuai dengan skema PkM dan mengintegrasikan nilai AIK. Ringkasan juga memuat uraian secara cermat dan singkat kegiatan yang telah dilaksanakan, ditulis dengan jarak satu spasi.

### RINGKASAN

Pemasaran produk lokal di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta hingga saat ini belum optimal padahal pemasaran produk dapat dipasarkan dengan teknik pemasaran secara digital. Keterbatasan pengetahuan dan minimnya keterampilan masyarakat dalam mengaplikasikan teknologi salah satunya dalam pembuatan konten secara digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk melatih para pelaku usaha yang ada di Ngampilan dalam memaksimalkan penggunaan media digital khususnya sosial media sebagai media pemasaran produk.

Metode yang digunakan yaitu dengan kegiatan penyuluhan dan pendampingan. Kegiatan tersebut terdiri dari: (1) tahap perencanaan dan pengembangan manajemen pemasaran digital dan social media marketing secara konseptual dan teknis, (2) tahap pelaksanaan pelatihan tentang berbagai aplikasi social media marketing, dan 3) tahap evaluasi kemampuan warga RW 03 ngampilan dalam menggunakan Facebook, Instagram dalam memasarkan produk mereka.

Luaran yang dihasilkan berupa: 1) HKI Video Pelatihan Pembuatan Konten Dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Media Sosial Di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta bersta, 2) media promosi desa yang berupa leaflet, booklet, banner, dan lain sebagainya, dan 3) website desa. Kegiatan PkM ini memberikan dampak positif terbukti dengan terciptanya sarana pemasaran UMKM.

**Kata kunci** maksimal 5 kata kunci. Gunakan tanda baca titik koma (;) sebagai pemisah dan ditulis sesuai urutan abjad.

Branding; Digital marketing; UMKM

Bagian Pendahuluan pengabdian maksimum 2000 kata yang berisi: uraian analisis situasi dan permasalahan mitra, permasalahan yang disepakati untuk diselesaikan minimal 1 bidang ilmu. Analisis situasi fokus pada kondisi terkini mitra yang mencakup (a) untuk Mitra ekonomi produktif menampilkan profil mitra dilengkapi data dan foto situasi mitra, uraikan segi produksi dan manajemen usaha mitra, dan persoalan yang dihadapi mitra. (b) untuk Mitra yang mengarah ke ekonomi produktif tampilkan profil mitra disertai data mitra dan foto situasi mitra, jelaskan peluang usaha mitra, dan jelaskan persoalan kondisi sumber daya yang dihadapi mitra. (c) untuk Mitra tidak produktif secara ekonomi uraikan lokasi mitra dan permasalahan yang terjadi/pernah terjadi dilengkapi data dan foto, sampaikan seluruh persoalan yang dihadapi saat ini. Pada bagian ini perlu dijelaskan permasalahan mitra yang mengacu pada butir Analisis Situasi dengan menguraikan permasalahan prioritas mitra dan tuliskan secara jelas justifikasi pengusul bersama mitra dalam menentukan persoalan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan selama pelaksanaan program pengabdian minimal **1 bidang masalah**. (d) Tujuan dalam melaksanakan PkM

## PENDAHULUAN

Secara umum, media sosial merupakan sebuah platform pemasaran digital andalan bagi para agen pemasaran karena kontribusinya yang vital terhadap penjualan [1]. Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan di dunia bisnis saat ini semakin mengalami peningkatan. Di zaman yang penuh dengan teknologi ini, eksistensi teknik pemasaran secara digital atau yang biasa disebut dengan *Digital Marketing* mengalami peningkatan dan mulai menyaingi keberadaan teknik pemasaran tradisional. Pesatnya perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah menciptakan peluang baru bagi perekonomian masyarakat. Kemajuan TI dapat leluasa dimanfaatkan dalam memperluas pemasaran suatu produk atau jasa yang dihasilkan para pelaku usaha terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) [2]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Usaha ekonomi produktif ini ditujukan untuk menekan angka kemiskinan sehingga perekonomian dapat meningkat. Permasalahan lain yang kemudian muncul adalah minimnya kapasitas sumberdaya manusia mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha yang tidak jelas [3]. Permasalahan ini juga dialami oleh pelaku UMKM di RW 03, Dusun Ngampilan, Yogyakarta.

Perkembangan teknologi khususnya dunia digital dan internet membuat peluang bagi para pelaku bisnis UMKM untuk bisa memasarkan barang/jasa yang dijual. salah satu strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi perekonomian saat ini adalah digital marketing. Pembinaan dan pelatihan terkait *Digital Marketing* dalam upaya pengembangan produk lokal melalui jejaring media sosial bertujuan untuk melatih para pelaku usaha yang ada di RW 03, Dusun Ngampilan, Yogyakarta dalam memaksimalkan penggunaan media digital [4]. Digital Marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan traffic penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital [5]. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen [6]. Dengan mengenalkan teknologi digital berupa media sosial seperti facebook, instagram, dan lainnya sebagai media pemasaran produk warga, diharapkan tingkat pengetahuan akan produk inovasi, promosi, dan penjualan produk mengalami perkembangan [7].

Kemajuan teknologi memberi dampak yang dahsyat dalam pemasaran. Informasi tentang produk/jasa dapat dengan hitungan menit tersampaikan kepada calon konsumen, proses transaksi, proses pembayaran sampai pada pengiriman. Semua dapat dilakukan tanpa harus bertemu atau bertatap muka antara pembeli dan penjual [8]. Pemasaran berbasis teknologi informasi dapat dikatakan sebagai pemasaran yang memanfaatkan teknologi seperti internet [9]. Beberapa manfaat pemasaran Online antara lain: murah dan efisien, tidak terbatas oleh waktu, menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan image perusahaan dimata para konsumen, memberikan nilai lebih untuk menghadapi persaingan bisnis yang ada, mengurangi biaya pemasaran, lebih tertarget dan biayanya relatif lebih rendah dibandingkan biaya pemasaran offline, memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen melalui kotak saran atau ruang komentar, meningkatkan loyalitas konsumen [10].

Solusi permasalahan pengabdian tidak lebih dari 1500 kata yang berisi uraian semua solusi yang ditawarkan mengacu pada *road map* prodi/fakultas/LPPM (tampilkan dalam bentuk gambar atau kutipan) untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra secara sistematis sesuai

## SOLUSI PERMASALAHAN

Permasalahan di RW 03, Dusun Ngampilan, Yogyakarta, diantaranya: (1) Rendahnya pengetahuan dalam penggunaan sosial media sebagai media pemasaran produk dan (2) Kurangnya SDM yang mumpuni dalam mengaplikasikan media sosial untuk memasarkan produk.

**Tabel 1.**

### **Penyelesaian Permasalahan dan Cara Pemberdayaan Masyarakat Secara Berkelanjutan**

| <b>Masalah yang dihadapi</b>   | <b>Metode yang digunakan</b>               | <b>Cara pemberdayaan masyarakat</b>  |
|--|--|--|
| Rendahnya pengetahuan SDM terkait penggunaan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk | Penyuluhan dan pelatihan digital marketing | Merencanakan dan mengembangkan manajemen pemasaran digital dan sosial media marketing secara konseptual dan teknis, melaksanakan pelatihan tentang berbagai aplikasi sosial media marketing, dan melakukan evaluasi kemampuan warga RW 03 Ngampilan, Yogyakarta dalam menggunakan facebook, instagram, dan lainnya dalam memasarkan produk mereka. |

Metode pelaksanaan pengabdian maksimal terdiri atas 2000 kata yang menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra sasaran. Dalam metode pelaksanaan ini: (a) Uraikan kepakaran dan keterlibatan mahasiswa, (b) Uraikan bagaimana partisipasi mitra dalam pelaksanaan program, (c) Uraikan bagaimana evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PkM selesai dilaksanakan. Pelaksanaan pengabdian meliputi 1 (satu) semester, minimal 1 tanggal pelaksanaan (per hari 400 menit)

## **METODE PELAKSANAAN**

Program kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode sharing session dan pelatihan mengenai digital marketing dalam upaya pengembangan produk lokal melalui jejaring media sosial di RW 03 Ngampilan, Yogyakarta. Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dihadapi, maka dilaksanakan program-program berdasarkan metode penyelesaian masalah yang sesuai dan relevan dengan permasalahan tersebut.

### **1. Penyuluhan *Digital Marketing* (9 Juli 2023)**

Program ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku usaha yang berada di RW 03, Dusun Ngampilan, Yogyakarta terkait pentingnya penggunaan media sosial dalam upaya memaksimalkan penggunaan media digital khususnya sosial media sebagai media pemasaran produk.

### **2. Pendampingan pembuatan akun media sosial (10 Juli 2023)**

Program ini dilakukan dihari berikutnya bersama mahasiswa membuat akun media sosial baik facebook, IG maupun tiktok shop. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan semua peserta antusias dalam kegiatan tersebut.

Hasil dapat berupa foto kegiatan (bukan foto narsis). Pembahasan dikaitkan dengan teori dan kajian-kajian terdahulu yang relevan. Dampak berupa peningkatan pengetahuan atau keterampilan yang terukur dari mitra setelah PKM. Pada bagian ini, pelaksana menjelaskan manfaat hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan pada mitra (kondisi sebelum dan sesudah mendapatkan pengabdian disertai dengan data, tabel, dan foto kegiatan, dampak ekonomi dan sosial (jika ada)), kontribusi Mitra terhadap pelaksanaan, faktor yang menghambat/kendala, faktor yang mendukung, dan tindak lanjut. Keberdayaan mitra wajib dilaporkan sesuai dengan ketercapaian jenis keberdayaan yang telah dijanjikan

# HASIL, PEMBAHASAN, DAN MANFAAT

## 1. Kegiatan Penyuluhan

Penyuluhan terkait Digital Marketing dilaksanakan di RW 03, Ngampilan.

### Pelatihan Pembuatan Konten dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Media Sosial di RW 03, Ngampilan.

KKN ALTERNATIF NGAMPILAN UNIT IILD.3

#### Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan di dunia bisnis saat ini semakin mengalami peningkatan. Di zaman yang penuh dengan teknologi ini, eksistensi teknik pemasaran secara digital atau yang biasa disebut dengan Digital Marketing mengalami peningkatan dan mulai menyanggah keberadaan teknik pemasaran tradisional. Digital marketing dinilai lebih efektif karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memungkinkan siapapun dapat mengakses dan memperoleh informasi serta melakukan proses jual-beli dengan lebih mudah. Kegiatan Sharing Session dan Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan produk lokal melalui jejaring media sosial ini bertujuan untuk melatih para pelaku usaha yang ada di Dusun Ngampilan dalam memaksimalkan penggunaan media digital khususnya sosial media sebagai media pemasaran produk. Adapun tahapan dari kegiatan ini adalah tahap persiapan dan tahap pelatihan serta Sharing Session. Hasil dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha memperoleh informasi mengenai kegunaan dari berbagai fitur yang ada di aplikasi Instagram dan Facebook Marketplace, penggunaan bahasa iklan, dan teknik pendistribusian produk.

#### Lokasi Pelaksanaan

RW 03 Ngampilan Yogyakarta

#### Tujuan

- Meningkatkan efisiensi
- Memahami perkembangan dan perubahan yang terjadi
- Mengasah kemampuan
- Menentukan jenis usaha yang sesuai dengan kemampuan
- Menyusun business plan
- Menyusun langkah implementasi yang sistematis
- Menciptakan sarana untuk memperkenalkan potensi desa

#### Sasaran

- Terciptanya sarana untuk memperkenalkan potensi desa;
- Adanya peningkatan image positif terhadap produk dan layanan desa;
- Terbentuknya kesadaran masyarakat akan potensi dan keunggulan yang dimiliki desa;
- Terciptanya posisi desa dalam mempertahankan upaya pemberdayaan masyarakatnya.

#### METODE

1. OBSERVASI LAPANGAN
2. IDENTIFIKASI MASALAH
3. PEMECAHAN MASALAH TEOKRITIK
4. KAJIAN USAHA
5. PERSIAPAN KEGIATAN
6. PELAKSANAAN KEGIATAN
7. EVALUASI KEGIATAN

#### 3 TAHAP KEGIATAAN

- Tahap Perencanaan dan pengembangan manajemen pemasaran digital dan sosial media marketing secara konseptual dan teknis
- Tahap pelaksanaan pelatihan tentang berbagai aplikasi social media marketing
- Tahap evaluasi kemampuan warga RW 03 ngampilan dalam menggunakan Facebook, Instagram dalam memasarkan produk mereka

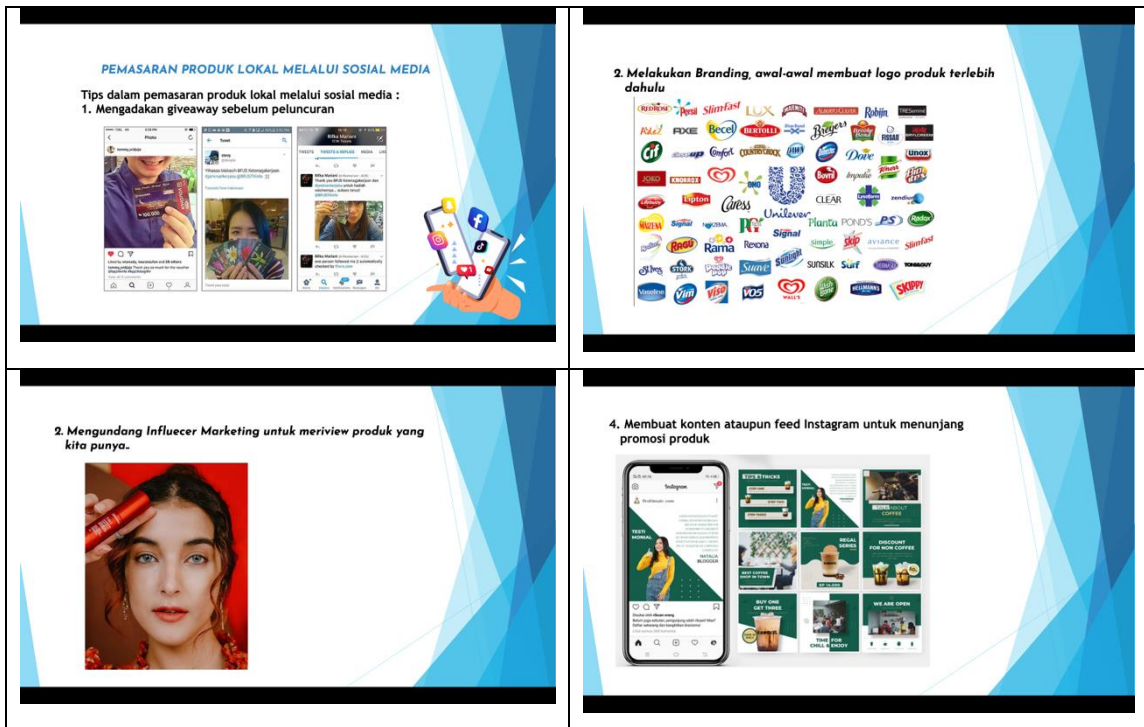
#### Keluaran Penyusunan Branding Kawasan UMKM

- PEDOKUMEN BRANDING DESA
- MEDIA PROMOSI DESA (LEAFLET, BOOKLET, BANNER DLL)
- WEBSITE DESA

#### PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN

Konten adalah pesan (message) atau informasi (information) yang disajikan melalui sebuah media, utamanya media online. Pembuatan konten biasanya ada di Instagram, tik-tok, dan youtube. Merencanakan dan Membuat Konten secara Konsisten bisa mengikuti tips berikut :

1. Merencanakan kalender konten
2. Menggunakan palet warna yang sesuai dan konsisten
3. Membuat konten yang sesuai dengan yang trend sekarang



## 2. Kegiatan Pendampingan

Tujuan dari kegiatan tersebut untuk meningkatkan efisiensi, memahami perkembangan dari perubahan yang terjadi, mengasah kemampuan, menentukan jenis usaha yang sesuai dengan kemampuan, Menyusun bussines plan, Menyusun Langkah implementasi yang sistematis, dan menciptakan sarana untuk memperkenalkan potensi desa.



**Pelatihan pembuatan konten dan pemasaran produk lokal**

**Tabel 2. Keberdayaan Mitra Kegiatan PkM**

| No                                      | Jenis Mitra                 | Jenis Keberdayaan            | Cek List |
|---|-----------------------------|------------------------------|----------|
| 1                                       | Mitra Non Produktif Ekonomi | Pengetahuannya meningkat     | √        |
|   |                             | Keterampilannya meningkat    | √        |
|   |                             | Kesehatannya meningkat       |          |
|   |                             | Pendapatannya meningkat      | √        |
|   |                             | Pelayanannya meningkat       |          |
| 2                                       | Mitra Produktif Ekonomi     | Pengetahuannya meningkat     |          |
|   |                             | Keterampilannya meningkat    |          |
|   |                             | Kualitas produknya meningkat |          |
|   |                             | Jumlah produknya meningkat   |          |
|   |                             | Jenis produknya meningkat    |          |
|   |                             | Kapasitas produksi meningkat |          |
|   |                             | Jumlah aset meningkat        |          |
|   |                             | Jumlah omsetnya meningkat    |          |
|   |                             | Kemampuan manajemennya       |          |
|   |                             | Keuntungannya meningkat      |          |
|   |                             | Produk tersertifikasi        |          |
|   |                             | Produk terstandarisasi       |          |
|   |                             | Unit usaha berbadan hukum    |          |
| Jumlah wirausaha baru mandiri meningkat |                             |                              |          |

Pada bagian ini, pelaksana wajib mengisi deskripsi luaran wajib dan tambahan (bila ada), tahun capaian, dan status pencapaiannya.

**LUARAN PENGABDIAN**

Luaran berupa sertifikat HKI berupa Rekaman Video dengan judul Pelatihan Pembuatan Konten Dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Media Sosial Di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta. Adapun sertifikat dapat dilihat pada gambar berikut



**LAMPIRAN PENCIPTA**

| No | Nama                                 | Alamat   |
|----|--------------------------------------|--|
| 1  | Sayid Adam Bin Muchamad Agil Al Atas | Jl. A. Yani No.102 RT 006 RW 010, Wates                              |
| 2  | Vera Yuli Erviana                    | Secang RT 028 RW 015, Sendangsari                                    |
| 3  | Antika Jaspapa                       | Bedeng Kaca RT 002 RW 007, Tanjung Enim                              |
| 4  | Ananda Ramadhan                      | Jl. Pakarena 1 No. 167 RT 003 RW 011, Mekarjaya                      |
| 5  | Thoriq Fatihul Haq                   | Dukun II RT 004 RW 019   |
| 6  | Vikri Rizqa Putra                    | Komplek Sosial Blok D No. 50 RT 18 RW 06 Kandang Mas, Kampung Melayu |
| 7  | Ini Mulyana                          | Luwunggede RT 06 RW 004  |
| 8  | Nabila Atika Fauzia                  | Tosari RT 009 RW 003, Juraksari                                      |
| 9  | Utami Kartika Wulan                  | Bungkus RT 03 RW 000, Parangtritis                                   |





Simpulan dan saran merupakan jawaban dari tujuan kegiatan pengabdian

### SIMPULAN DAN SARAN

Dalam pemasaran produk di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta dengan menggunakan sosial media masih tergolong rendah. Namun, melalui pelatihan yang diberikan terdapat pengembangan pemahaman terhadap pemasaran online melalui media sosial. Penyuluhan dan pelatihan perlu dilakukan secara berkala mengingat banyak hal yang perlu dipahami dan dipraktikkan agar lebih optimal dan dapat bermanfaat bagi masyarakat.

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan **sistem nomor** sesuai dengan urutan pengutipan. **Hanya pustaka yang disitasi** pada proposal PKM yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka. Sebaliknya, setiap pustaka yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka harus disitasi. Daftar pustaka yang dirujuk maksimal 5 tahun terakhir. Jumlah daftar pustaka minimal 5

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Syafitri and T. Taufiqurrachman, "Pelatihan Produksi Konten untuk Memasarkan Destinasi Wisata Desa Resun Kabupaten Lingga Melalui Media Sosial," *J. Masy. Madani Indones.*, vol. 2, no. 3, pp. 152–158, 2023, doi: 10.59025/js.v2i3.96.
- [2] M. F. Dewi, "Pelatihan Pemasaran Online Produk UMKM Lokal di Desa Cintamekar Kecamatan Serangpanjang Kabupaten Subang," *J. Pengabdi. Masy. Inst. Pemerintah. dalam Negeri*, pp. 3–5, 2021.
- [3] A. Taryudi, D. Maulana, J. Kistia, N. Hanifah, and D. Retno, "Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya , Kabupaten Indramayu ( Economic Recovery for Local UMKM Families through Improved Product Packaging and Online Marketing in Pekand," *J. Pus. Inov. Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 27–35, 2021.
- [4] B. Robert and E. B. Brown, *DIGITAL MARKETING*, no. 1. 2020.
- [5] B. Robert and E. B. Brown, *DIGITAL MARKETING*, no. 2. 2022.
- [6] Robby Aditya and R Yuniardi Rusdianto, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *J. Pelayanan dan Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 96–102, 2023, doi: 10.55606/jppmi.v2i2.386.
- [7] B. N. Halim *et al.*, "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Lokal Umkm Di Desa Gadingrejo," *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 609–615, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i2.4044.

- [8] B. Robi *et al.*, “Pelatihan Video Content (Bambang Robi’in) | 1461 2022 Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat; e-ISSN: 2686-2964 Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat,” no. November, pp. 1461–1468, 2022.
- [9] S. Riyoko and B. Lofian, “Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Jepara,” *E-Mabis J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 21, no. 2, pp. 113–120, 2021, doi: 10.29103/e-mabis.v21i2.482.
- [10] Z. Abidin Achmad, T. Zendo Azhari, W. Naufal Esfandiar, N. Nuryaningrum, A. Farah Dhilah Syifana, and I. Cahyaningrum, “Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik,” *J. Ilmu Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 17–31, 2020, doi: 10.15642/jik.2020.10.1.17-31.

Gambaran ipteks berisi uraian maksimal 500 kata menjelaskan gambaran ipteks yang akan diimplementasikan di mitra sasaran.

## **GAMBARAN IPTEKS**

Ilmu Pengetahuan dan teknologi yang akan ditransfer kepada mitra telah diuraikan pada bagian di bawah ini. Perlu diketahui bahwa seluruh materi akan disampaikan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan pembuat konten dan pemasaran produk lokal melalui media sosial di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta.

### **1. Branding**

Kegiatan ini meliputi penyusunan branding Kawasan UMKM, adapun kegiatan yang dilakukan yaitu pendokumentasian branding desa, mempromosikan desa melalui media berupa leaflet, booklet, banner dan membuat website desa.

### **2. Pembuatan konten**

Kegiatan ini meliputi pelatihan pembuatan konten yang biasanya digunakan dan di unggah melalui Instagram, tiktok dan youtube. Tujuan dari kegiatan ini agar masyarakat dapat merencanakan dan membuat konten secara konsisten dengan Langkah-langkah berikut 1) merencanakan kalender konten; 2) menggunakan palet warna yang sesuai dan konsisten; 3) membuat konten yang sesuai dengan trend sekarang.

**BORANG CAPAIAN LUARAN PENGABDIAN  
DANA INTERNAL UAD TAHUN AKADEMIK 2022/ 2023  
SKEMA NON REGULER**

**I. IDENTITAS PENGABDI**

Judul pengabdian : Pelatihan Pembuatan Konten Dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Media Sosial Di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta

Ketua Pengabdian : Vera Yuli Erviana, M.Pd.  
 NIDN / e-mail : 0525079001/ vera.erviana@pgsd.uad.ac.id  
 Prodi/Fakultas : PGSD/FKIP  
 Jumlah mahasiswa terlibat : 3 orang

**II. CAPAIAN LUARAN PENGABDIAN**

**A. Artikel Publikasi pada Jurnal Ilmiah**

| Nama jurnal | Judul artikel | Keterangan |
|-------------|---------------|------------|
|             |               |            |
|             |               |            |

**B. Artikel Publikasi pada Prosiding (seminar) Ilmiah**

| Nama Seminar/ Conference | Judul artikel * | Penyelenggara dan tanggal kegiatan | Keterangan ** |
|--------------------------|-----------------|------------------------------------|---------------|
| 1. Internasional         |                 |                                    |               |
| 2. Nasional              |                 |                                    |               |
| 3. Lokal/regional        |                 |                                    |               |

\* Jika lebih dari satu artikel, tuliskan urutan nomornya ke bawah

\*\* Submit/accepted/terbit dan alamat URL artikel jika sudah terbit

**C. Buku ber ISBN / Modul / Book Chapter**

| Jenis Buku/Modul            | Judul Buku / Modul dan Tim Penyusun* | Keterangan ** |
|-----------------------------|--------------------------------------|---------------|
| 1. Buku Ajar/Teks           |                                      |               |
| 2. Buku Umum/Ilmiah Populer |                                      |               |
| 3. Modul                    |                                      |               |
| 4. Book Chapter             |                                      |               |

\* Jika lebih dari satu artikel, tuliskan urutan nomornya ke bawah

\*\* keterangan status: draft/masuk penerbit/sudah cetak dan ISBN; serta matakuliah terkait

**D. Media Massa**

| Jenis Media | Judul Artikel | Keterangan |
|-------------|---------------|------------|
| 1. Cetak    |               |            |
| 2. Online   |               |            |

**E. HKI**

| Jenis Video | Judul Video  | Keterangan |
|-------------|--|------------|
| 1.          | Pelatihan Pembuatan Konten Dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Media Sosial Di RW 03, Ngampilan, Yogyakarta | Grantted   |
| 2.          |  |            |

Yogyakarta, 29 Juli 2023

Ketua,

Vera Yuli Erviana, M.Pd.  
NIY. 60150829