

Program Kalurahan Online (Kaline) Sebagai Upaya Pengembangan BUMDes Kalurahan Margokaton Berbasis Digital

Sakir Sakir¹, Reni Budi Setianingrum², Bhakti Gusti Walinegoro³, Afisa Afisa^{4*}

^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

*Corresponding author, e-mail: afisasip@gmail.com.

Abstract

The main purpose of implementing the Kalurahan Online service program is to manage village profile data digitally, procurement and updating of websites and social media, and mapping of problems, as well as village potential to improve BUMDes performance. The method used is to provide assistance involving students and lecturers of the University of Muhammadiyah Yogyakarta to directly go to the field and develop/compile village profiles, website creation and training to improve reliable human resources. The first results obtained from this activity are that the Margokaton Village already has an online-based Profile Book and profile video that contains complete and up-to-date data so that it can be used as a reference for making village government policies. Then there is the latest design on the Instagram feed display of the Village-Owned Enterprises (BUMDes) and the Margokaton Kalurahan website to support the promotion of potential, especially local handicraft products. Developments that need to be carried out after this program include updating the up-to-date village profile and using active social media.

Keywords: Digitalization; Kaline Program; Margokaton village.

How to Cite: Sakir, S., et al. (2022). Program Kalurahan Online (Kaline) Sebagai Upaya Pengembangan BUMDes Kalurahan Margokaton Berbasis Digital. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 486-494.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2022 by author.

Pendahuluan

Zaman yang semakin berkembang diikuti dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, membuat kehidupan masyarakat mulai beralih menjadi lebih modern (Watie, 2016). Ada berbagai macam jenis teknologi yang terus berkembang hingga saat ini diantaranya teknologi informasi, ekonomi, pangan, medis, pendidikan, dan lain sebagainya. Teknologi informasi termasuk yang selalu mengalami pembaharuan *up to date* setiap tahunnya karena mampu memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh maupun menyampaikan informasi ke khalayak umum secara cepat tanpa harus bertemu secara langsung (Amelia, 2019). Salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi yaitu semakin banyak munculnya berbagai jenis aplikasi media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan lain sebagainya yang mana secara perlahan mulai menggeser budaya masyarakat tradisional menjadi budaya masyarakat digital (Wahyudi & Sukmasari, 2016).

Desa merupakan basis sistem kemasyarakatan yang utama sehingga kedudukan desa sangat penting guna mencapai pembangunan nasional maupun memperkuat struktur pemerintahan negara (Rizal, Zuriah, & Tinus, 2019). Oleh karena itu, desa harus terbuka terhadap perkembangan, pembaharuan, dan peluang-peluang kemajuan dengan melibatkan peran serta aktif dari masyarakat disekitarnya. Sejalan dengan hal tersebut, desa memanfaatkan perkembangan teknologi guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan kesejahteraan masyarakatnya. Adanya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa membawa angin segar bagi pembangunan di daerah pedesaan. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa negara memberikan kepercayaan yang luas kepada desa untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa melalui pelayanan, pemberdayaan, serta meningkatkan daya saing daerah. Hal ini juga sebagai bentuk nyata pengakuan negara terhadap keberadaan desa di tengah laju arus globalisasi (Duval et al., 2018). Harapan yang ingin dicapai setelah disahkannya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang

Desa yaitu agar setiap desa di Indonesia mampu untuk mengelola dan mengembangkan potensi yang mereka miliki sehingga dapat tercipta *good governance* antara pemerintahan pusat dan pemerintahan daerah (Sakir, Astuti, & Ishak, 2021).

Program digitalisasi merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah desa dalam mengembangkan desa di sektor bidang teknologi. Desa bukan lagi bagian dari penyelenggara layanan publik yang konservatif atau kuno, tetapi juga berhak mendapatkan akses informasi melalui Sistem Informasi Desa (SID) yang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota. Pengembangan SID merupakan wujud penerapan *electronic government* (*egovernment*). Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government* menyatakan bahwa penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) dan meningkatkan layanan publik yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam proses pemerintahan (*egovernment*), sehingga dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan. Pengelolaan SID dengan memanfaatkan teknologi merupakan cara yang strategis untuk mewujudkan layanan masyarakat yang berkualitas dan pengelolaan potensi desa yang ter sistematis, yang mana muaranya adalah terwujudnya kesejahteraan masyarakat.

Kalurahan Online (Kaline) merupakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dimana fokus utama program adalah pengelolaan data profil kalurahan secara digital, pengadaan dan pembaruan website dan media sosial, dan pemetaan masalah, serta potensi kalurahan untuk meningkatkan kinerja BUMDes. Program Kaline melibatkan dosen dan mahasiswa secara aktif sebagai komitmen dalam menciptakan ekosistem Merdeka Belajar-Kampus Merdeka dalam bentuk pengabdian masyarakat yang berfokus pada digitalisasi kalurahan dan penguatan tata kelola BUMDes. Selain itu, program kolaborasi ini bertujuan untuk mendukung tercapainya 8 IKU yaitu Persentase Lulusan program sarjana yang berhasil mendapatkan pekerjaan, studi lanjut atau menjadi wiraswasta dengan pendapatan cukup (IKU1); Persentase mahasiswa program sarjana yang menghabiskan paling tidak 20 sks di luar kampus atau meraih prestasi minimal tingkat nasional (IKU2); Jumlah luaran penelitian dan pengabdian kepada masyarakat per dosen, yang berhasil diterapkan oleh masyarakat (IKU5); dan Persentase program studi program sarjana yang melaksanakan kerjasama dengan mitra (IKU6); serta Persentase program studi program sarjana yang melaksanakan kerjasama dengan mitra (IKU7). Program Kaline diharapkan dapat menciptakan tiga ekosistem, yaitu *good governance*, partisipasi aktif masyarakat, dan Merdeka Belajar bagi mahasiswa.

Kalurahan Margokaton merupakan salah satu kalurahan di DIY yang memiliki permasalahan dalam pengelolaan SID dan BUMDes dan telah bermitra sebagai kalurahan binaan. Kalurahan Margokaton terletak di Kapanewon Seyegan, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Wilayah Kalurahan Margokaton secara administratif terbagi menjadi 12 padukuhan dengan luas wilayah 515 ha dimana sebanyak 63,10% dari wilayah tersebut adalah lahan pertanian. Sehingga mayoritas penduduk Kalurahan Margokaton berprofesi sebagai petani maupun buruh tani. Secara kondisi ekonomi dan mata pencaharian utama masyarakat Kalurahan Margokaton menitikberatkan pada kegiatan usaha sektor pertanian, pembuatan batu bata, dan peternakan ikan lele. Sedangkan untuk potensi sumber daya yang dimiliki masyarakat Kalurahan Margokaton yaitu usaha kerajinan lokal antara lain produksi batik, pengrajin keramik, dan kerajinan sabut kelapa yang sudah berkembang pada beberapa pasar daerah di Indonesia bahkan sudah sampai mengeksport ke beberapa negara.

Berdasarkan paparan tersebut, maka dapat dilihat bahwa Kalurahan Margokaton memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan agar bisa meningkatkan produktivitas masyarakat sekitar terutama di sektor ekonomi. Peran media sosial tentu sangat dibutuhkan guna memasarkan setiap produk khususnya kerajinan lokal kepada khalayak ramai. Kalurahan Margokaton sendiri sudah memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) resmi di bawah Peraturan Desa (Perdes) Nomor 7 Tahun 2016 yang bernama Margokaton Sembada dengan 3 (sektor) unit usaha meliputi perdagangan, industri, dan jasa. Untuk meningkatkan promosi produk, BUMDes Kalurahan Margokaton memanfaatkan peran media sosial, salah satunya melalui fitur instagram dengan nama akun *@margokaton_sembada*.

Akan tetapi, Kalurahan Margokaton belum memiliki profil desa berbasis online. Profil desa merupakan poin penting dalam pengelolaan dana desa karena didalamnya terdapat informasi data kependudukan, kelembagaan, dan karakteristik desa sebagai pedoman untuk menentukan arah kebijakan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pedoman Penyusunan dan Pendayagunaan Data Profil Desa dan Kelurahan. Oleh karena itu, melalui Program Kalurahan Online (Kaline) bertujuan untuk mendampingi masyarakat Kalurahan Margokaton dalam pembuatan buku profil online, video profil kalurahan, serta melakukan pembaharuan tampilan pada situs website maupun media sosial instagram *@margokaton_sembada* guna promosi penjualan produk kerajinan lokal dengan harapan produk bisa menarik lebih banyak pembeli sehingga mampu menembus pasar ekspor impor yang lebih luas.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Program Kalurahan Online (Kaline) menggunakan metode konsep pengabdian masyarakat dengan melibatkan kerjasama antara mahasiswa dan dosen dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang akan mendampingi kalurahan sebagai target penerima manfaat program. Kalurahan tersebut didampingi oleh 1 (satu) dosen dan 5 (lima) mahasiswa. Adapun dosen dan mahasiswa yang terlibat berasal dari berbagai prodi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang disesuaikan dengan kebutuhan kompetensi pelaksana program diantaranya prodi Ilmu Pemerintahan, Ekonomi dan Bisnis, Ilmu Komunikasi, Ilmu Hukum, dan Teknik Informatika.

Adapun dalam pelaksanaan program Kaline menggunakan 5 tahapan pelaksanaan diantaranya yaitu:

Tahap 1: Persiapan Internal, yang difokuskan pada persiapan dan pembentukan tim internal dari mahasiswa dan dosen sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan program untuk mendapatkan pembekalan terkait program dan kelengkapan pelaksanaan program seperti buku panduan dan peralatan penunjang lainnya.

Tahap 2: Eksekusi Program, yang difokuskan pada penempatan dosen pendamping dan mahasiswa di kalurahan binaan; penyusunan buku profil kalurahan/desa; pembuatan website dan media sosial; pembuatan Peraturan Desa (Perdes) dan AD/ART BUMDes; dan pembuatan rencana bisnis BUMDes kalurahan/desa.

Tahap 3: Monitoring dan Evaluasi. Tahap ketiga ini bertujuan untuk memastikan semua tahapan program dilaksanakan sesuai dengan panduan pelaksanaan program yang telah dilakukan oleh tim pendamping, Kontribusi Mitra, serta kelompok penerima manfaat. Kegiatan Monitoring dan Evaluasi akan dilaksanakan setiap seminggu sekali di kalurahan/desa yang akan menyusun laporan kemajuan pelaksanaan program untuk dijadikan sebagai dasar menilai tingkat keberhasilan program.

Tahap 4: Perbaikan Program. Pada Tahap ini akan difokuskan pada hasil monitoring dan evaluasi yang sudah dilakukan setiap seminggu sekali dimana temuan dari monev tersebut ada yang perlu diperbaiki dari pelaksanaan program, maka akan dirumuskan solusi dan langkah-langkah untuk perbaikan program.

Tahap 5: Rencana Tindak Lanjut. Tahap ini akan merumuskan rencana tindak lanjut untuk pelaksanaan program tahun selanjutnya. Rencana Tindak Lanjut (RTL) tersebut akan disusun dalam bentuk digital secara detail yang berisi pengembangan program, sehingga akan memudahkan tim pelaksana, mitra dan kelompok penerima manfaat dalam pelaksanaannya.



Gambar 1. Tahapan Program Kalurahan Online (Kaline)

Program ini melakukan observasi dan wawancara langsung untuk mengetahui kondisi nyata di Kalurahan Margokaton oleh tim pelaksana program guna pengumpulan data profil dan pembuatan media sosial pada rentang bulan Juli-November. Subyek penelitian yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang merasakan, melakukan dan terlibat secara langsung sehingga memiliki pengetahuan dan mampu memberikan penjelasan yang berhubungan dengan fokus penelitian informasi dalam pemberdayaan masyarakat melalui program digitalisasi (Rizal et al., 2019). Pihak-pihak yang terlibat diantaranya perangkat desa, organisasi pemerintah desa, perangkat desa, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kalurahan (LPMK), Pengurus Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Badan Permusyawaratan Kalurahan (BPKal), dan warga Kalurahan Margokaton.

Hasil dan Pembahasan

Tahap pertama yang dilakukan dalam pelaksanaan program pengabdian ini yaitu mengidentifikasi permasalahan. Setelah tim pengabdian melakukan pembekalan kepada para tim yang terlibat, maka dilanjut dengan observasi secara langsung di kalurahan berupa wawancara dan diskusi guna menganalisis potensi yang dimiliki oleh Kalurahan Margokaton serta usaha yang dikelola oleh BUMDes kalurahan tersebut. Melalui kegiatan tersebut, tim pengabdian dapat menemukan solusi yang sesuai untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Kalurahan Margokaton.



Gambar 2. Wawancara dengan Lurah Margokaton

Selanjutnya tim Pengabdian Program Kalurahan Online (Kaline) mengadakan Pelatihan dan Pendampingan yang mengusung tema “Tata Kelola BUMDes: Aspek Kelembagaan, Inovasi, Digitalisasi, dan Sustainability”. Kegiatan ini diselenggarakan selama 2 hari pada hari Sabtu dan Minggu, tanggal 13-14 November 2021, yang berlokasi di Griya Persada, Kaliurang. Pelatihan ini juga dihadiri oleh beberapa perwakilan dari kelompok mitra lainnya seperti Kalurahan Banyurejo, Kalurahan Sendangarum, dan Kalurahan Sendangagung. Pelatihan tersebut membahas terkait aspek kelembagaan, inovasi, digitalisasi, dan sustainability BUMDes.



Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Tata Kelola BUMDes

Hasil dari pengabdian ini berupa sebuah buku profil desa Kalurahan Margokaton berbasis online yang *up to date*, video profil kalurahan, dan desain tampilan media sosial pada website dan akun instagram untuk Kalurahan Margokaton serta Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) agar lebih menarik.

Buku Profil Online Kalurahan Margokaton

Pada Buku Profil Kalurahan Margokaton menjelaskan 7 (tujuh) poin penting tentang Kalurahan Margokaton meliputi gambaran umum, kondisi umum, pemerintahan dan kelembagaan, sarana prasarana infrastruktur, sosial budaya keagamaan, ekonomi desa, dan potensi yang dimiliki desa. Semua data dijelaskan dengan lengkap dan bersifat *up to date*, karena berbasis online sehingga bisa di perbaharui oleh perangkat desa jika dikemudian hari ada perubahan data.

Buku Profil Kalurahan Margokaton bisa dijadikan sebagai acuan pemerintah desa dalam membuat program guna mengembangkan potensi terutama pemberdayaan masyarakat yang ada di Kalurahan Margokaton (Sakir, Astuti, & Ishak, 2021). Selain itu, data yang diperoleh berdasarkan observasi langsung di lapangan oleh mahasiswa UMY yang sedang melakukan kegiatan KKN dengan melibatkan para

perangkat desa dan masyarakat sebagai narasumber dan Laporan Data Sensus Kependudukan Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman Kalurahan Margokaton pada Bulan November tahun 2021.



Gambar 4. Sampul Buku Profil Kalurahan Margokaton

Pada halaman utama sampul buku profil terdapat maskot dari Kalurahan Margokaton yaitu ikan lele yang menggunakan pakaian ada Jawa lengkap diberi nama Mas Katon. Penggunaan ikon ikan lele dikarenakan salah satu potensi sumber daya alam pada sektor perikanan di Kalurahan Margokaton yaitu ternak lele terutama Padukuhan Planggok. Sedangkan pakaian adat Jawa lengkap melambangkan bahwa Kalurahan Margokaton tetap mempertahankan identitas mereka sebagai masyarakat Jawa dalam setiap perkembangan yang dilakukan. Khusus motif jarik yang digunakan oleh maskot “Mas Katon” spesial karena menggunakan motif batik Parijoto asli Sleman.

Terkait gambaran umum memaparkan sejarah bahwa Kalurahan Margokaton berdiri pada tanggal 12 Februari 1948 dengan 8 (delapan) kali pergantian kepemimpinan lurah dimana lurah yang pertama yaitu R. Sosroyuwono sampai lurah yang baru dilantik untuk periode 2021-2027 yaitu Subagyo Rahayu, S.IP,M.M. Selain itu juga terdapat peta administrasi dimana Kalurahan Margokaton terdapat 12 padukuhan diantaranya Susukan 1, Susukan II, Susukan III, Somokaton, Ngaran, Planggok, Grajegan, Bolu, Nyamplung, Seyegan, Sonoharjo, dan Bantulan. Terdapat jumlah penduduk sebanyak 8.055 jiwa yang didominasi oleh 50,12% perempuan dan 49,8% laki-laki (Data Sensus BPS Kabupaten Sleman, Kalurahan Margokaton pada November 2021).



Gambar 5. Struktur Organisasi Pemerintahan Kalurahan Margokaton

Pada bagian Pemerintahan dan Kelembagaan akan muncul bagan struktur Kalurahan Margokaton dipimpin oleh seorang lurah dan terdapat 7 lembaga pemerintahan dengan diantaranya Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kalurahan (LPMK), Pengurus Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Badan Permusyawaratan Kalurahan (BPKal), Pengurus Posyandu, Karang Taruna, dan Satlinmas Kalurahan Margokaton.

Ada 9 (sembilan) kelompok seni di Kalurahan Margokaton mulai dari Keroncong sampai kesenian Badui. Sarana prasarana kesehatan, pendidikan, olahraga, perdagangan jasa juga ada di Kalurahan

Margokaton. Sedangkan pada bagian potensi sumber daya terdiri dari sektor peternakan, perikanan, dan kerajinan. Profil terkait Kalurahan Margokaton dan potensi yang dimilikinya juga terjadi dalam bentuk video dengan tampilan visual yang menarik.

Selain menampilkan Kalurahan Margokaton lewat buku profil online, program pengabdian ini juga mendampingi dalam pembuatan video profil kalurahan. Video tersebut berisi gambaran singkat tentang Kalurahan Margokaton dalam bentuk visual. Harapannya dengan dibuatnya video profil kalurahan tersebut bisa membuat masyarakat luar dapat melihat keindahan dan potensi besar yang dimiliki oleh Kalurahan Margokaton.



Gambar 6. Tampilan Video Profil Kalurahan Margokaton

Media Sosial Instagram Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan Website Kalurahan Margokaton

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi di masa sekarang, tentu tidak lepas dari banyak munculnya berbagai aplikasi media sosial guna memenuhi kebutuhan sosial masyarakat. Media sosial bukan lagi hal baru, karena penggunaannya terus bertambah setiap tahun. Hal ini disebabkan karena media sosial mampu menarik perhatian khalayak dengan mengajak penggunaan untuk berpartisipasi dalam memberikan informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Salah satu fitur media sosial yang populer saat ini yaitu Instagram yang sudah ada sejak tahun 2010. Melalui aplikasi Instagram kita bisa mengirimkan informasi dengan cepat dalam bentuk foto maupun video dan membaginya kepada jejaring media sosial lainnya. Instagram menjadi salah satu media platform yang potensial untuk dijadikan peluang bisnis terutama dalam hal promosi. Selain karena cepat, aplikasi ini dinilai minim budget, karena penjual tidak perlu mengeluarkan uang banyak untuk biaya promosi (Kurniawan, 2017).

Melihat keunggulan dan efektifitas dari aplikasi Instagram ini, mampu membuat sebagian besar para pengusaha menggunakannya untuk melakukan marketing suatu produk. Promosi sebuah produk bisa dikatakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh setiap wirausaha agar barang yang diproduksinya dapat diketahui oleh khalayak banyak sehingga mampu menarik minat pembeli. Hal lain yang menarik yaitu aplikasi instagram rutin mengalami pembaharuan dalam pengaturannya seperti promosi otomatis secara berkala yang bisa dilakukan oleh penjual. BUMDes merupakan lembaga usaha berbadan hukum yang bergerak dalam bidang pengelolaan aset-aset dan sumberdaya ekonomi desa dalam kerangka pemberdayaan masyarakat desa (Untari & Fajariana, 2018). Adanya peluang promosi yang menjanjikan, mudah, dan cepat dari fitur di Instagram dimanfaatkan juga dengan baik oleh masyarakat Kalurahan Margokaton dalam mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

Akun instagram *@margokaton_sembada* merupakan akun instagram aktif yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Kalurahan Margokaton, dimana dalam akun tersebut memberikan informasi sekaligus mem-branding produk kerajinan lokal yang dibuat masyarakat setempat. Branding sendiri berarti upaya yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam meningkatkan komunikasi dalam proses pengembangan suatu produk (Yuliani, Putra, Saputro, & Pratiwi, 2020). Latar belakang dibuatnya akun instagram *@margokaton_sembada* yaitu ingin mengenalkan sekaligus memasarkan berbagai macam produk kerajinan asli buatan masyarakat Kalurahan Margokaton. Terdapat juga video menarik dan dokumentasi yang menampilkan proses pembuatan produk.

Promosi secara online terdiri dari iklan, *public relation*, *sales promotion*, *direct marketing* dan juga *personal selling*. Hal serupa juga dilakukan oleh akun instagram *@margokaton_sembada*, dimana untuk iklan dilakukan berupa ads instagram. Sedangkan *public relation* berupa galeri foto yaitu foto-foto yang sudah diposting pada akun instagram atau bisa disebut *feeds* (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Sebagai promosi dalam produk, akun *@margokaton_sembada* sudah memiliki pengikut yang terus mengalami peningkatan dengan jumlah 26 postingan. Untuk kegiatan *direct marketing* yang dilakukan dalam akun instagram *@margokaton_sembada* adalah mencantumkan nomor telepon, alamat lokasi, dan jenis unit usaha yang dipasarkan.

Isi pesan yang ingin disampaikan melalui instagram yaitu kecintaan terhadap budaya tradisional yang diharapkan sesuai dengan target market konsumen. Selain itu, pesan yang informasi yang disampaikan juga mengandung unsur informasional dan emosional. Informasional karena terdapat nama produk dan harga yang sedang dipromosikan. Emosional karena di setiap postingan berisikan kalimat-kalimat positif. Terdapat juga hastag atau tanda pagar di setiap foto yang diunggah untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pencarian produk seperti #kainbatiktulis dan #kainbatikjogja pada produk batik cap. Sedangkan untuk produk sandal batik menggunakan hastag seperti #sandalkoran dan #sandalbatikjoga.



Gambar 7. Tampilan Produk Kerajinan Akun Instagram @margokaton_sembada

Saat ini, ada 3 (tiga) jenis produk yang dipromosikan di akun tersebut diantaranya Batako Press, Sandal Batik Handmade, dan Batik Cap. Harga setiap produk tergolong terjangkau, dimana untuk Sandal Batik dibandrol dengan harga Rp 10.000,00 dan Batik Cap mulai kisaran Rp 200.000,00. Selain menyediakan penjualan melalui online, para pembeli juga bisa langsung berkunjung ke lokasi produksi dimana untuk alamatnya sudah tertera di akun tersebut. Sejak aktif melakukan promosi pada Februari lalu, akun instagram @margokaton_sembada sudah memposting beberapa foto terkait produk kerajinan secara berkala.

Untuk lebih menarik tampilan akun media sosial instagram @margokaton_sembada, maka mahasiswa UMY mendesain tampilan terbaru yang disesuaikan dengan Kalurahan Margokaton dimana terdapat gambaran potensi desa salah satunya tanaman padi, logo desa yaitu ikan lele yang menjadi ciri khas, dan kegiatan pengembangan desa terutama dalam hal BUMDes. Harapannya dengan desain tersebut dapat menarik dalam hal promosi produk kerajinan lokal.



Gambar 8. Tampilan Feed Instagram BUMDes @margokaton_sembada

Selain tampilan pada *feed* instagram, terdapat juga tampilan logo baru untuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Kalurahan Margokaton, Margokaton Sembada seperti dibawah ini:



Gambar 9. Tampilan Logo BUMDes Margokaton Sembada

Pembuatan logo tersebut diwakili pada 4 (empat) potensi yang dimiliki oleh Kalurahan Margokaton yaitu batak, cabe, aliran air, dan batik. Sedangkan untuk pemilihan warna memiliki masing-masing makna diantaranya kuning melambangkan kreativitas dan keceriaan, hijau berarti pertumbuhan dan perkembangan, yang terakhir warna biru melambangkan integritas dan rasa percaya. Logo “Katon Margo Sembada” tersebut bisa digunakan diantaranya pada brosur, kaos, stempel, maupun banner yang berkaitan dengan BUMDes Kalurahan Margokaton. Program pengabdian Kaline tidak hanya mendampingi dalam pembaharuan desain visual pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), tetapi juga pada Website dan Instagram Kalurahan Margokaton sebagai berikut:



Gambar 10. Tampilan Website Kalurahan Margokaton



Gambar 11. Tampilan Feed Instagram Kalurahan Margokaton

Kesimpulan

Kegiatan PKM Kalurahan Online (Kaline) yang dilakukan di Kalurahan Margokaton telah mampu mengembangkan usaha-usaha yang dikelola BUMDes dengan berbasis digital. Hal tersebut dilihat dari adanya pembuatan buku profil berbasis online guna memberikan informasi tentang desa termasuk potensi ekonomi yang ada di kalurahan tersebut secara up to date kepada masyarakat, video profil kalurahan, desain tampilan terbaru untuk media sosial instagram dan website kalurahan yang diharapkan mampu meningkatkan serta mengembangkan nilai jual ekonomi setiap produk kerajinan lokal yang dibuat oleh masyarakat Kalurahan Margokaton agar bisa menembus pangsa pasar yang lebih luas lagi.

Daftar Pustaka

- Amelia, S. A. (2019). Promosi City Branding Kota Surabaya Melalui Akun Instagram @ Surabaya. *VoxPop Ilmu Komunikasi UPN JATIM*, 1(3), 24–30.
- Duval, R., Moretti, T. M. T., Moretti, M. T., Representations, F., Maggio, D. P., Soares, M. A. S., ... goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2018). Implementasi Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa (Studi Kasus Desa Tanjung Kecamatan Koto Kampar Hulu Kabupaten Kampar). *Revemat: Revista Eletrônica de Educação Matemática*, 13(1), 1689–1699.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Pugh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217–225.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rizal, S., Zuriah, N., & Tinus, A. (2019). Implementasi Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa. *Jurnal Civic Hukum*, 4(1), 41.
- Sakir, S., Astuti, L., & Ishak, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pendampingan Penyusunan Buku Profil Desa Singoyudan, Mirit, Kebumen Berbasis Sistem Informasi dan Komunikasi Online (Siskon). *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 43.
- tekno.kompas.com. (2019). Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia? 23 Desember, p. diakses pada 25 Desember 2021. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2016). Teknologi dan Kehidupan Masyarakat. *Artikel Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat*, 3(1), 1–12.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Yuliani, N. K., Putra, I. K. M. P. H., Saputro, M. E., & Pratiwi, N. I. (2020). Strategi Branding Sebagai Upaya Pengembangan Produk Kreatif Bolu Bayam Subamia (Bobamia) di Desa Subamia, Tabanan-Bali. *Logista (Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(2), 32–38.