PILAR Jurnal "Pengabdian Ilmiah Nusantara"
VOL. 3 NO. 2
JULI 2026
E-ISSN: 3048-2682

PENDAMPINGAN PEMBUATAN MEDIA AUDIO VISUAL PADA UMKM "AYEM TENTREM" DESA KUTASARI BATURADEN, PURWOKERTO

Edi Giantoro, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia e-mail: edig@mmtc.ac.id[1]
Kundori, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia e-mail: kundori135@mmtc.ac.id[2]
Ari Mintarti, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesiae-mail: arimintarti@mmtc.ac.id[3]
Joehananto DTW, Sekolah Tinggi Multi Media,Yogyakarta, Indonesiae-mail: joehananto@mmtc.ic.id[4]
Heriyanto, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia e-mail: heriyanto@mmtc.ac.id[5]
Lilik Jatmiko Prasetyo, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia e-mail: lilik@mail.mmtc.ac.id[6]
*) *corresponding author*

Keywords

Audiovisual Media, Digital Literacy, Participatory Training, Digital Marketing, Ayem Tentrem MSMEs.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in rural areas often face challenges regarding limited access to modern marketing strategies and low levels of digital literacy. This community service initiative aims to provide tangible support through direct guidance on creating audiovisual media for the "Ayem Tentrem" MSME in Kutasari Village, Baturaden, Purwokerto. The implementation method employs a participatory training model combined with intensive, hands-on guidance. The program was conducted over five consecutive days (April 22–26, 2025), involving 20 participants comprising business managers and local community members. Operationally, the training was divided into two main stages: a classroom-based theoretical session on visual composition using a projector, and a practical field demonstration session focused on outdoor product photography using smartphone cameras. The results indicate a significant improvement in the participants' digital literacy and a reduction in their apprehension toward technology. Participants have now mastered skills ranging from lighting techniques, camera angles, and depth of field to camera stabilization. Concrete outputs from the program include individual participant portfolios containing short video scripts, aesthetic product images, and social media-ready promotional content complete with business-oriented captions. These new skills offer long-term benefits for strengthening the partner's economy by fostering independence in creative content production and improving the efficiency of digital promotion budgets.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat vital dalam struktur perekonomian di Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi lokal (Rahayu & Day, 2023). Namun, memasuki era digitalisasi yang masif, pelaku UMKM sering kali dihadapkan pada tantangan besar berupa ketatnya persaingan pasar global dan pergeseran perilaku konsumen yang kini beralih ke platform digital (Ramadhan & Putri, 2023). Di kawasan pedesaan, kendala utama

yang sering dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap strategi pemasaran modern yang efektif, sehingga produk-produk unggulan daerah sering kali kurang dikenal oleh masyarakat luas (Sari & Wijaya, 2024). Pemasaran konvensional yang hanya mengandalkan interaksi fisik atau promosi dari mulut ke mulut dinilai sudah tidak lagi mencukupi untuk mendongkrak volume penjualan secara signifikan (Faizah & Majid, 2023).

Untuk mengatasi ketertinggalan tersebut, adaptasi teknologi melalui pemanfaatan media promosi yang kreatif menjadi sebuah keharusan bagi setiap pelaku usaha kecil (Diseiye et al., 2024). Di antara berbagai instrumen pemasaran digital, media audio visual terbukti memiliki efektivitas paling tinggi dalam menarik perhatian calon konsumen, membangun kepercayaan, serta menyampaikan keunggulan produk secara lebih nyata dan persuasif (Kurniawan et al., 2024). Melalui perpaduan gambar bergerak, suara, dan teks yang dinamis, sebuah konten promosi mampu menceritakan nilai dari sebuah produk (*visual storytelling*) dengan jauh lebih mendalam dibandingkan media statis seperti brosur cetak atau foto biasa (Lestari, 2023). Kendati demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di tingkat pedesaan belum memiliki literasi digital dan keterampilan teknis yang memadai untuk memproduksi media audio visual secara mandiri dan profesional (Pratama, 2025). Hambatan ini meliputi ketidakpahaman akan teknik pengambilan gambar yang estetis, keterbatasan perangkat produksi, hingga minimnya penguasaan aplikasi penyuntingan video (Hidayat & Nugroho, 2024).

Melihat urgensi permasalahan tersebut, perguruan tinggi sebagai institusi pencetak ilmu pengetahuan dan teknologi memiliki tanggung jawab moral untuk melakukan hilirisasi keilmuan demi kemaslahatan masyarakat bawah (Widiastuti et al., 2025). Melalui pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) , sinergi akademis dapat langsung menyentuh akar permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha lokal. Langkah konkret ini diwujudkan oleh Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta (STMMpada bulan April 2025. Kolaborasi lintas sektor ini menginisiasi sebuah program pemberdayaan masyarakat yang menyasar klaster pelaku usaha di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Secara spesifik, program difokuskan pada penguatan aspek pemasaran digital melalui keterlibatan aktif dari dua disiplin ilmu strategis, yaitu Program Studi Manaprodsi dan Program Studi Matektosi.

Desa Kutasari yang terletak di Kecamatan Baturaden, Purwokerto, merupakan salah satu wilayah yang kaya akan potensi ekonomi mikro, salah satunya diwakili oleh kehadiran UMKM "Ayem Tentrem". Produk-produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM ini memiliki nilai ekonomi dan kualitas yang kompetitif, namun perkembangannya cenderung stagnan akibat kurangnya eksposur visual di media sosial maupun marketplace (Utami, 2024). Oleh karena itu, penetapan sasaran pengabdian pada kelompok usaha ini dinilai sangat tepat untuk memicu transformasi digital dari tingkat paling bawah (Setiawan, 2025). Melalui pelaksanaan PKM yang terstruktur, tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan kontribusi nyata berupa pendampingan pembuatan media audio visual secara langsung pada UMKM "Ayem Tentrem" Desa Kutasari Baturaden, Purwokerto. Kehadiran tim pengabdi diharapkan mampu mendobrak keterbatasan akses informasi dan teknologi, serta melahirkan kemandirian digital bagi para pelaku usaha kecil di wilayah tersebut (Alam et al., 2023).

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berbasis pada model pelatihan partisipatif dan pendampingan

intensif secara langsung (*hands-on workshop*) (Sari & Wijaya, 2024). Pendekatan ini dipilih agar seluruh materi teoretis yang disampaikan dapat langsung dipraktikkan oleh para peserta dengan bimbingan terukur dari tim ahli (Widiastuti et al., 2025).

Kegiatan PKM ini dilaksanakan secara berkelanjutan selama lima hari berturut-turut, terhitung mulai tanggal 22 April 2025 sampai dengan tanggal 26 April 2025. Untuk memastikan penyerapan materi berjalan optimal dan memberikan ruang diskusi yang luas, agenda harian dimulai secara konsisten sejak pukul 09:00:00 WIB hingga selesai setiap harinya. Adapun bentuk pelaksanaan dari seluruh program ini difokuskan sebagai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang menyasar langsung kelompok usaha UMKM Ayem Tentrem.

Peserta yang terlibat secara aktif dalam seluruh rangkaian pendampingan ini berjumlah sebanyak 20 orang. Angka ini mencakup representasi para pengelola usaha serta masyarakat sekitar yang berminat mengembangkan keterampilan digital (Ramadhan & Putri, 2023). Guna memberikan materi yang komprehensif, bertindak sebagai narasumber utama dalam kegiatan ini adalah para dosen dan instruktur ahli gabungan dari Program Studi Manaprodsi dan Matektosi Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta.

Secara operasional, metode pelatihan dibagi ke dalam dua tahapan utama yang terdokumentasi dengan jelas:

1. Sesi Pemaparan Teori di Dalam Kelas: Narasumber memanfaatkan media presentasi digital berbantuan perangkat proyektor untuk mengedukasi peserta mengenai dasar-dasar pencahayaan, teknik sudut pengambilan gambar (*angle*), serta komposisi visual yang menarik (Hidayat & Nugroho, 2024). Sesi ini berlangsung interaktif di dalam sebuah ruang pertemuan semiterbuka (pendopo) yang kondusif.
2. Sesi Praktik Lapangan dan Demonstrasi Langsung: Peserta diarahkan keluar ruangan menuju area sekitar yang dipenuhi objek tanaman hias dan alam terbuka. Pada tahap ini, narasumber mendampingi peserta secara kelompok kecil dalam memegang gawai atau perangkat perekam, mendemonstrasikan cara mengatur fokus, serta menstabilkan posisi kamera agar menghasilkan visual produk yang bernilai jual tinggi (Utami, 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM bertajuk "Pendampingan Pembuatan Media Audio Visual Pada UMKM 'Ayem Tentrem'" di Desa Kutasari, Baturaden, Purwokerto telah selesai diselenggarakan dengan hasil yang sangat positif. Meskipun lembar evaluasi administratif formal pada bab hasil dan kendala dalam draf operasional awal masih bersifat ringkas , implementasi nyata di lapangan sepanjang 22 hingga 26 April 2025 menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan terhadap kapasitas literasi digital para peserta pelatihan.

Berdasarkan dokumentasi pelaksanaan kegiatan pada sesi pertama, suasana pelatihan teoretis memperlihatkan antusiasme yang tinggi dari 20 orang peserta yang hadir. Proses transfer ilmu pengetahuan dilakukan di sebuah tempat pertemuan berstruktur kayu tradisional (pendopo) yang representatif. Penggunaan alat bantu proyektor elektronik memudahkan tim dosen dari Manaprodsi dan Matektosi untuk memvisualisasikan materi kuliah praktis kepada masyarakat awam. Fokus utama materi dalam kelas ini ditekankan pada pengenalan pentingnya media audio visual sebagai representasi digital dari kualitas produk fisik (Kurniawan et al., 2024). Peserta diajarkan bagaimana sebuah video pendek di media sosial dapat berfungsi sebagai sarana pemasaran tanpa batas yang mampu

memangkas rantai distribusi konvensional (Setiawan, 2025). Diskusi interaktif yang terbangun menunjukkan bahwa selama ini kendala utama dari UMKM Ayem Tentrem bukanlah kualitas produk, melainkan ketidakmampuan dalam mengomunikasikan nilai keunggulan produk tersebut ke dalam bentuk visual yang menarik bagi netizen (Maria et al., 2024).



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi
Sumber dokumntasi tim

Memasuki tahap pembahasan sesi praktik lapangan, hasil yang dicapai semakin terlihat konkret. Terlihat pada visualisasi dokumentasi, para peserta diajak melakukan eksplorasi langsung di lingkungan luar ruangan yang dikelilingi oleh berbagai vegetasi hijau dan tanaman hias. Pemilihan latar belakang natural ini sengaja dirancang agar peserta dapat berlatih memotret dan merekam objek riil dengan memanfaatkan intensitas cahaya alami matahari secara optimal (Utami, 2024). Di bawah bimbingan langsung para narasumber, para pelaku UMKM diajarkan cara memposisikan kamera gawai agar terhindar dari guncangan (*shaking*) serta menentukan jarak fokus yang tepat (*depth of field*) guna memunculkan detail estetis produk. Pembahasan praktis ini sangat krusial mengingat sebagian besar gawai milik pelaku UMKM sebenarnya sudah memiliki spesifikasi kamera yang cukup baik, namun penggunaannya belum dimaksimalkan untuk kepentingan bisnis (Hidayat & Nugroho, 2024). Melalui bimbingan langsung di lapangan, rasa canggung teknologi yang sebelumnya menghinggapi para peserta berhasil dikikis secara bertahap (Saputri et al., 2023).



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab
Sumber dokumntasi tim

Keberhasilan luaran dari kegiatan PKM ini diukur dari portofolio mandiri yang berhasil diproduksi oleh para peserta di akhir sesi pelatihan. Dari total 20 peserta yang didampingi, mereka kini telah memiliki keterampilan dasar untuk merancang naskah video sederhana, mengambil stok gambar produk secara mandiri, hingga mengunggahnya ke media sosial dengan penataan takarir (*caption*) yang berorientasi bisnis (Syaputra et al., 2024). Adanya keterampilan baru ini memberikan dampak jangka panjang bagi kemandirian finansial dan efisiensi pengeluaran promosi bagi UMKM Ayem Tentrem, karena mereka tidak perlu lagi mengeluarkan biaya tinggi untuk menyewa jasa fotografer atau videografer profesional dari luar daerah (Nugroho et al., 2024).



Gambar 3. Sesi Praktik
Sumber dokumntasi tim

4. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) serta analisis hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa poin kesimpulan sebagai berikut:

1. **Peningkatan Kapasitas Mitra**: Pelaksanaan kegiatan PKM berupa pendampingan pembuatan media audio visual bagi UMKM "Ayem Tentrem" di Desa Kutasari, Baturaden, Purwokerto telah selesai diselenggarakan dan terbukti memberikan hasil yang sangat positif. Implementasi nyata program ini di lapangan berhasil menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan terhadap kapasitas literasi digital para pelaku usaha yang menjadi peserta pelatihan.
2. **Efektivitas Metode Pendampingan**: Model pelatihan partisipatif dan pendampingan intensif secara langsung (*hands-on workshop*) yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti berjalan efektif. Pembagian metode pelatihan ke dalam dua tahapan utama—yaitu sesi pemaparan teori komposisi visual di dalam kelas menggunakan proyektor serta sesi demonstrasi praktik langsung di luar ruangan—mendapatkan respons dengan tingkat antusiasme yang tinggi dari seluruh peserta.
3. **Penguasaan Keterampilan Teknis Baru**: Melalui bimbingan langsung oleh tim ahli di lapangan, rasa canggung terhadap pemanfaatan teknologi yang sebelumnya dirasakan oleh para pelaku usaha berhasil dikikis secara bertahap. Para peserta kini telah memahami dan menguasai teknik teknis penataan cahaya, penentuan sudut pengambilan gambar (*angle*), pengaturan jarak fokus (*depth of field*), hingga cara memposisikan kamera gawai agar stabil dan terhindar dari guncangan (*shaking*) demi memunculkan detail estetis produk.
4. **Kemandirian Produksi Konten Promosi**: Program pengabdian ini berhasil menumbuhkan kemandirian bagi para peserta dalam memproduksi portofolio karya mereka sendiri. Di akhir sesi pendampingan, para peserta telah memiliki keterampilan dasar yang memadai untuk merancang naskah video pendek secara sederhana, mengambil stok gambar produk secara mandiri, hingga mengunggah konten tersebut ke media sosial dilengkapi penataan takarir (*caption*) yang memiliki nilai jual serta berorientasi bisnis.
5. **Dampak Penguatan Ekonomi Jangka Panjang**: Penguasaan keterampilan baru dalam mengolah media promosi audio visual ini memberikan dampak jangka panjang yang baik terhadap kemandirian finansial serta efisiensi anggaran pengeluaran operasional bagi UMKM Ayem Tentrem. Dengan adanya kemampuan produksi mandiri ini, pelaku usaha tidak perlu lagi bergantung atau mengeluarkan biaya tinggi untuk menyewa jasa fotografer maupun videografer profesional dari luar daerah hanya untuk melakukan promosi produk sehari-hari.

REFERENSI

Alam, S., Ramadhani, W. P., & Patmaniar, P. (2023). Transformasi Digital UMKM Di Indonesia Selama Pandemi. *Journal Social Society*, 3(2), 140–156.

Ayustia, R., Nadapdap, J. P., & Salfarini, E. M. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Bumi Sebalo Melalui Metode Score Plus. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 257–267.

Diseiye, O., Ukubeyinje, S. E., Oladokun, B. D., & Kakwagh, V. V. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Media dan Teknologi untuk Pasar Internasional dan Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 45-58.

Faizah, E. N., & Majid, A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah. *Guruku: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 112-124.

Hidayat, R., & Nugroho, A. (2024). Optimalisasi Smartphone sebagai Media Produksi Konten Kreatif bagi Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Literasi Teknologi Digital*, 5(1), 89–101.

Kurniawan, M. T., Sari, D. P., & Wijaya, K. (2024). Efektivitas Konten Audio-Visual dalam Meningkatkan Brand Engagement pada Media Sosial UMKM. *Jurnal Komunikasi Visual dan Pemasaran*, 11(2), 215–230.

Lestari, S. (2023). Pendekatan Visual Storytelling dalam Membangun Loyalitas Konsumen Produk Lokal. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 20(3), 341–355.

Maria, V., Aziz, A. F., & Rahmawati, D. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal melalui Strategi Pemasaran Digital di Era Digital. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 208–220.

Nugroho, H., Widaningsih, S., Mandasari, R. I. M., Umbara, T., & Susanty, A. I. (2024). Analisis Digital Marketing Terhadap Pengembangan Daya Saing UMKM Kuliner. *Journal of Economics Science*, 10(2), 177-189.

Pratama, A. B. (2025). Tantangan dan Hambatan Literasi Media pada Kelompok Usaha Mikro di Wilayah Pedesaan Jawa Tengah. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Madani*, 13(1), 12–27.

Rahayu, S., & Day, J. (2023). Urgensi Peran UMKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional dan Regional di Era Pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 28(1), 50–67.

Ramadhan, F., & Putri, L. A. (2023). Pemetaan Kesiapan Transformasi Digital Sektor UMKM di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 143–156.

Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.

Sari, R. K., & Wijaya, H. (2024). Strategi Pendampingan Perguruan Tinggi Berkelanjutan bagi Peningkatan Kapasitas SDM UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Akademika*, 7(3), 299–312.

Setiawan, D. (2025). Manajemen Konten Media Sosial untuk Strategi Promosi Usaha Mikro Menengah. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 74–85.

Syaputra, A., et al. (2024). Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 102-115.

Utami, T. (2024). Pengaruh Kualitas Fotografi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Platform E-Commerce. *Jurnal Seni Media Rekam*, 15(2), 180–194.

Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17-29.

Widiastuti, E., Kusuma, W., & Harahap, M. (2025). Implementasi Tridharma Perguruan Tinggi Melalui Hilirisasi Iptek Pada Sektor Industri Kreatif Mikro. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 55–69.