

## Pendampingan Pembuatan Konten Multimedia untuk Pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II, Kota Palembang

Nyimas Dewi Murnila Saputri<sup>1\*</sup>, Agung Putra Raneo<sup>2</sup>, Muhammad Ichsan Hadjri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

\*correspondent email: [murnilasaputri@fe.unsri.ac.id](mailto:murnilasaputri@fe.unsri.ac.id)

Vol. 2 No. 2 (2023): Sriwijaya Accounting Community Services

ISSN: 2987-310X

**Abstract** - The aim of this service activity is to provide counseling and assistance regarding multimedia content creation to MSMEs in Ilir Barat II District, Palembang City. MSMEs in Ilir Barat II District, Palembang mostly have businesses in the culinary sector and have utilized multimedia concepts, but their implementation is still not optimal. The implementation of this Community Service activity is carried out using the method of distributing materials, lectures, and discussions/questions and answers. The material presented is in the form of types of multimedia content, creating multimedia content using the Canva application, as well as additional material regarding the concept of promotion and selection of social media. The results of this activity show that participants are increasingly educated and skilled in applying multimedia concepts and using social media as a promotional tool in developing their business.

**Keywords:** MSME, Multimedia, Canva, Social Media, Business

### PENDAHULUAN

Dunia saat ini memasuki era baru yang disebut Era Digitalisasi. Perubahan cepat terjadi di banyak sektor kehidupan. Dalam lingkup dunia usaha, perubahan yang terjadi memaksa para pelaku usaha untuk lebih kreatif dan adaptif dengan teknologi (Scuotto et al., 2021). Persaingan menjadi semakin ketat. Untuk memenangkan kompetisi tidak lagi hanya ditentukan oleh produk itu sendiri tapi juga faktor turunannya seperti desain produk dan sarana promosi digital. Dalam sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), persaingan terasa jauh lebih ketat. UMKM sering dianggap sebagai penopang dalam ekonomi. Kala ekonomi suatu negara mengalami penurunan atau krisis, maka UMKM menjadi penggerak yang memastikan pasar tetap bergerak. Dengan peran sedemikian penting, tentu kita berharap UMKM di Indonesia tidak hanya bertumbuh secara kuantitas juga kualitas. Untuk itulah, diperlukan edukasi kepada pelaku UMKM dalam rangka meningkatkan kualitas usaha mereka.

Teknologi dan sosial media menjadi elemen penting dalam perkembangan kehidupan sosial bermasyarakat. Pola sosialisasi yang terjadi di masyarakat telah bergeser ke arah modern melalui saluran sosial media. Banyak informasi, baik positif maupun negatif, yang didapat masyarakat melalui sosial media. Tidak hanya informasi, sosial media juga menjadi semacam sarana komunikasi baru masyarakat dengan fitur komentar atau comment yang tersedia di setiap platform sosial media (Prajarini & Sayogo, 2021). Peran sosial media kemudian menjadi penting dalam dunia usaha. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan sosial media untuk memasarkan produk mereka dan menumbuhkan pasar. Dengan melakukan pemasaran digital, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar sehingga dapat meningkatkan daya jual (Saputri et al., 2023), Hal ini sejalan dengan pendapat Fantini et al., (2021) yang menyatakan bahwa pelaku UKM dengan media sosial sebagai sarana pemasaran

digital dapat melakukan komunikasi kepada pelanggan dan menarik calon pelanggan baru.

Untuk bisa memanfaatkan sosial media, tentu diperlukan konten atau isi untuk membuat penggunaan sosial media menjadi efektif. Pembuatan konten ini yang membutuhkan edukasi lebih dalam mengenai konsep multimedia.

Perkembangan internet dan teknologi dewasa ini membuat istilah multimedia menjadi umum di lingkungan masyarakat (Wahyudin et al., 2021). Hofstetter (2001) dalam bukunya mengartikan multimedia sebagai penggunaan perangkat komputer untuk menyajikan, menggabungkan berbagai bentuk seperti teks, animasi, suara, gambar dan juga video dengan menggunakan alat bantu dan jaringan sehingga pengguna dapat melakukan kegiatan navigasi, interaksi, berkarya dan berkomunikasi. Multimedia merupakan gabungan berbagai media seperti gambar, video, audio, teks maupun grafik dimana dirancang dalam suatu produksi sehingga menjadi lebih optimal (Nurlianti & Ridha, 2023).

Kegiatan pengabdian ini adalah lanjutan dari kegiatan pengabdian tahun sebelumnya. Kegiatan ini juga merupakan bagian dari MoA yang sudah dilakukan tahun lalu antara Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dengan Kecamatan Ilir Barat II Palembang. Diharapkan melalui kerjasama ini akan dapat membantu peningkatan kualitas UMKM di wilayah Ilir Barat II Kota Palembang. Pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II, Palembang sebagian besar memiliki usaha di bidang kuliner dan telah memanfaatkan konsep multimedia, namun dalam penerapannya masih belum optimal. Selain itu, penggunaan sosial media sebagai sarana promosi usaha mereka juga belum optimal. Oleh karena itu, Literasi dibutuhkan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap peran multimedia dalam mengembangkan produk dan usaha mereka.

### METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membantu peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang di bidang multimedia dan bisnis. Khalayak sasaran yang dipilih dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II, Palembang. Adapun peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini sebanyak 34 orang pelaku UMKM. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode pembagian materi, ceramah, dan diskusi/tanya jawab. Adapun susunan materi kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Materi tentang jenis – jenis konten multimedia
2. Materi tentang pembuatan konten multimedia, dimana pada pengabdian masyarakat kali ini, aplikasi pembuatan multimedia yang dipaparkan adalah Canva, karena dengan memanfaatkan aplikasi ini, konten multimedia dapat dibuat dengan mudah dan praktis sehingga lebih mudah untuk dipahami peserta.
3. Materi tentang konsep promosi dan pemilihan sosial media yang tepat sebagai bentuk pemasaran digital, karena jika konten promosi sudah dibuat dengan semenarik mungkin menggunakan Canva. Maka pemilihan sosial media untuk menyebarkan konten tersebut juga tidak kalah penting. Menurut Sholeh et al., (2020) daya tarik promosi di media sosial salah satunya yakni konten promosi yang menarik dan mempunyai nilai tawar calon pembeli untuk melihat konten dan akhirnya memutuskan untuk membeli.

Diskusi dengan peserta dilakukan secara aktif selama kegiatan pengabdian berlangsung untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Peserta juga dapat berdiskusi di luar kegiatan pengabdian melalui grup *Whatsapp* yang sudah dibuat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Aula Serbaguna Kantor Kecamatan Ilir Barat II, Palembang. Peserta yang hadir merupakan para pelaku UMKM. Jumlah yang hadir sebanyak 34 orang. Kegiatan berlangsung dengan konsep penyuluhan. Peserta dibagikan materi dan diberi penjelasan terkait dengan Pembuatan Konten Multimedia. Peserta diperbolehkan untuk bertanya dan berdiskusi mengenai tema dan kondisi usaha mereka.

Pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II, Palembang kebanyakan memiliki usaha di bidang kuliner. Sebagian dari mereka telah memanfaatkan konsep multimedia, namun penggunaannya masih belum optimal. Mereka juga telah memiliki pengetahuan dasar yang cukup baik mengenai sosial media. Hal ini didasari oleh diskusi yang terbangun menunjukkan bahwa sosial media dimanfaatkan sebagai sarana promosi usaha mereka walau masih belum optimal. Multimedia membuka peluang bagi UMKM untuk mempermudah aktivitas sehari-hari seperti berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain sehingga sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Penyampaian materi mengenai pembuatan konten multimedia disampaikan langsung oleh praktisi di bidang multimedia, Bapak Aufa Pintor dari IndoDesign. Dalam paparannya, pemateri memberi materi mengenai jenis - jenis konten multimedia, kemudian dilanjutkan pemaparan salah satu aplikasi populer dalam pembuatan konten multimedia yaitu Canva. Melalui aplikasi Canva, konten multimedia dapat dibuat dengan mudah dan praktis. Canva menyediakan banyak *template* yang dapat dengan mudah dipakai untuk membuat konten multimedia. Canva menyediakan lebih dari 50.000 template gratis baik template poster, video, foto yang dapat digunakan oleh pengguna (Sihananto et al., 2022). Video, gambar atau spanduk merupakan bagian dari konten multimedia yang dapat dibuat melalui aplikasi Canva. Keunggulan lain dari aplikasi ini adalah tersedia versi mobile. Hal ini akan lebih memudahkan karena tak harus diakses melalui laptop atau PC tapi cukup dengan *handphone* saja.



**Gambar 1. Pembicara menyampaikan materi**

Peserta mengikuti kegiatan penyuluhan ini dengan antusias. Hal ini dapat dilihat dari diskusi yang berjalan. Banyak pertanyaan yang diajukan dan sebagian besar berbasis pada pengalaman usaha mereka. Para pelaku UMKM jadi memiliki pengetahuan baru terkait Canva. Peserta juga mengetahui bahwa kesuksesan dalam pemasaran digital salah satu caranya dapat dicapai dengan menggunakan desain grafis yang menarik dan estetik. Pemateri juga tidak hanya memberi pelatihan mengenai aplikasi Canva saja, tapi juga mengenai konsep promosi dan pemilihan sosial media yang tepat. Media sosial merupakan sarana dalam pemasaran digital dimana merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui jalur dunia maya atau *online*. Menurut Puspitarini & Nuraeni (2019) media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan didalam kegiatan promosi yakni dalam menyampaikan informasi kepada konsumen secara *online* dengan waktu yang sangat singkat, sehingga konten multimedia seperti foto dan video dapat disebarakan kepada konsumen dengan mudah.

Diskusi yang dilakukan dengan peserta pun tidak hanya dibatasi oleh waktu pengabdian ini saja tapi juga bisa berlanjut di luar kegiatan pengabdian melalui grup Whatsapp yang sudah dibuat. Diharapkan dengan adanya grup Whatsapp ini dapat membuat peserta tetap *up to date* terhadap pengetahuan bidang multimedia dan juga bisa berdiskusi kapan saja dengan pemateri. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan kenaikan literasi peserta mengenai pembuatan dan penerapan aplikasi Canva, serta peningkatan literasi dalam penggunaan sosial media sebagai sarana promosi usaha mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditutup dengan foto bersama tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II, Palembang selaku peserta kegiatan.



**Gambar 2.** Foto bersama tim pengabdian masyarakat dan pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan dengan baik. Sebagian besar pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II memiliki minat yang tinggi terhadap pembuatan konten multimedia. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta semakin teredukasi dan terampil dalam menerapkan konsep multimedia dan penggunaan sosial media sebagai sarana promosi dalam pengembangan usaha mereka. UMKM dapat memanfaatkan teknologi dan media komunikasi yang ada secara maksimal untuk memberikan *value* pada bisnisnya sehingga dapat memiliki daya saing. Kedepannya diperlukan pendampingan yang berkesinambungan untuk tetap menjaga antusiasme dan juga membantu pengembangan usaha mereka. Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya adalah dapat membuka akses yang lebih luas kepada civitas akademika lain untuk memberikan penyuluhan agar wawasan dan informasi masyarakat semakin berkembang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang dan Laboratorium Multimedia dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah mendukung dan memfasilitasi kegiatan pengabdian sehingga dapat berlangsung dengan baik. Terima kasih pula kepada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, serta para peserta yang membantu mensukseskan jalannya kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Media Sosial Dianggap Mampu Melakukan Fungsi Dari Dauran Promosi Secara Terpadu Hingga ke Tahap Transaksi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 126–131. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4575272#.YEAONaLn1YM.mendeley>
- Hofstetter, F. T. (2001). *Multimedia: Making it Work* (8th Editio). McGraw-Hill.
- Nurlianti, & Ridha, R. M. (2023). Perancangan Multimedia Iklan Bisnis Kuliner. *Jurnal Perangkat Lunak*, 5(2), 132–141.
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 187–199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Saputri, N. D. M., Malinda, S., Nazaruddin, H. A., & Listya, A. (2023). PENDAMPINGAN PEMANFAATAN DOMPET DIGITAL GUNA MENINGKATKAN DAYA JUAL BAGI UMKM DI DESA MUARA ULU, OGAN ILIR. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 73–79.
- Scuotto, V., Nicotra, M., Del Giudice, M., Krueger, N., & Gregori, G. L. (2021). A microfoundational perspective on SMEs' growth in the digital transformation era. *Journal of Business Research*, 129(March), 382–392. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.045>
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Sihananto, A. N., Kartini, & Parlita, R. (2022). Pemanfaatan Canva Untuk Kebutuhan Desain Grafis dan Video Promosi Edotel TeBe Syariah. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 4, 151–156. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/5231>

Wahyudin, A., Kristiadi, D., Utomo, A. S., Marwati, A., & Gulang, R. A. (2021). Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 154-162(5), 2.