

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Membuat Inovasi Roti Moci dengan Varian Rasa atau isi pada UKM

Roti Moci Via Alvin

Nama : Krisna Septiyanti

Npm : 1512110393

Jurusan : Manajemen

Dengan melihat potensi di desa Sukoharjo 1 yang terdapat beberapa ukm roti, diantara beberapa ukm roti yang ada ukm Roti Moci Alvin yang menjadi focus utama kami dalam mengembangkan UKM. Roti Moci adalah roti berbentuk seperti roti pia tetapi dengan bentuk yang lebih kecil. Bapak Alvin dan istrinya tidak memproduksi roti moci secara rutin melainkan hanya hari-hari tertentu dan ketika terdapat pesanan dari pelanggan. Dengan tampilan roti yang sederhana dan satu rasa kami mencoba membuat inovasi baru dengan memberikan warna dan rasa pada isi roti yang berbeda yaitu dengan varian rasa coklat, nanas, dan keju. Tidak hanya rasa roti moci yang awalnya dibuat dalam ukuran sedang kami ubah ukurannya lebih diperkecil lagi agar dapat dikemas dengan baik.

Bahan-bahan membuat roti moci:

- Tepung Terigu
- Gula
- Minyak sayur
- Air
- Pengembang fermipan
- Pengawet benzoat
- Kacang hijau
- Selai nanas
- Keju
- Coklat bubuk

Adapun cara pembuatan roti moci :

1. Masak dahulu kacang hijau untuk isian roti moci, setelah itu dinginkan.
2. Siapkan mangkuk besar untuk membuat adonan, masukkan tepung terigu lalu
3. Letakkan adonan tepung terigu di pinggir mangkuk, masukkan gula putih dan air lalu larutkan.
4. Setelah gula putih larut aduk dengan adonan tepung terigu, tambahkan benzoat dan pengembang fermipan.
5. Aduk adonan hingga kalis, setelah itu tambahkan pewarna makanan
6. Setelah itu bentuk adonan menjadi bulatan-bulatan kecil, dan adonan yang sudah menjadi bulatan kecil pipihkan lalu diisi kacang hijau yang sudah di masak.
7. Taruh adonan yang sudah dibentuk di dalam Loyang, sebelum itu panaskan dahulu oven. Sambil menunggu oven panas, diamkan adonan roti moci agar mengembang, setelah oven panas adonan roti moci dimasukkan kedalam oven.
8. Tunggu kira-kira 5 menit, di tengah-tengah mengoven balik roti moci yang di loyang. Setelah dibalik angkat roti moci dan diamkan hingga dingin. Lalu dikemas kedalam plastic.



Gambar 3.1 Roti moci sebelum dan sesudah diberi Inovasi

3.2 Pembuatan Kemasan dan Media Pemasaran UKM Roti Via MociAlvin

Nama : Winda Lestari

NPM : 1512110231

Jurusan : Manajemen

Dengan inovasi membuat sebuah produk yang telah ada dalam UKM, dibutuhkan sebuah kemasan yang lebih menarik sebagai salah satu unsur dari sebuah pemasaran agar produk terlihat lebih menarik. Kemasan merupakan sesuatu yang tentunya tidak asing di telinga kita, karena kemasan menjadi salah satu pertimbangan penting ketika kita akan membeli suatu produk. Lalu, tahukah anda apa yang dimaksud dengan kemasan tersebut?? Mari kita bahas dalam artikel ini. Kemasan adalah suatu desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk dipasar. Dengan adanya pengemasan baru maka tercipta Roti Via Moci Alvin dengan ukuran mini dengan harga yang berbeda dengan yang biasanya.

Pengemasan merupakan salah satu kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk dari hal-hal yang dapat merusak produk sehingga mengurangi nilai penjualan. Dengan adanya kemasan bisa dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam membeli sebuah produk dan menjadi sebuah nilai penjualan, dengan adanya kemasan produk akan terlindungi dari hal-hal yang tidak diinginkan sehingga produk akan tetap aman dan higienis. Design kemasan yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen kampung dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan.

Kemasan yang baik dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dari biasanya.



Gambar 3.2 Design Kemasan untuk UKM Roti Via Moci Alvin

3.2.1 Pembuatan Media Pemasaran (Instagram) untuk UKM Roti Via Moci Alvin Sukoharjo 1

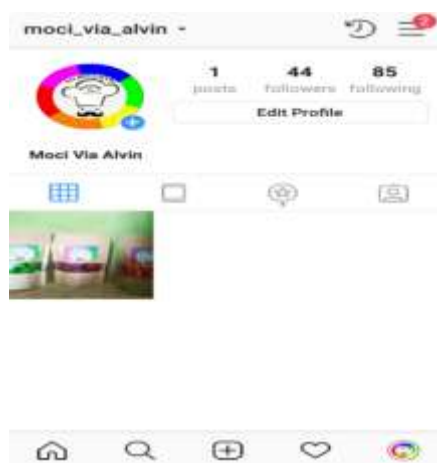
Tidak hanya memberi sebuah label merk saja, produk tersebut harus bisa dikenal oleh masyarakat luas, sehingga membutuhkan sistem pemasaran yang memanfaatkan teknologi masa kini. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (product), penetapan harga (price), pengiriman barang (place), dan

mempromosikan barang (promotion). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing) adalah strategi, teknik, atau proses mendapatkan trafik (pengunjung) website atau perhatian melalui situs media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dsb. Program Pemasaran Media Sosial biasanya dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka. Ringkasnya, Pemasaran Media Sosial adalah usaha bagian pemasaran perusahaan atau humas instansi untuk membuat tulisan, gambar, video, grafik, atau posting di akun media sosial lembaga guna mempromosikan produk/jasa.

Dengan menggunakan media pemasaran ini maka produk yang di hasilkan oleh UKM Via Moci Alvin yang ada di Sukoharjo 1 akan dapat di kenal luas oleh semua kalangan yang menggunakan media sosial dan juga dapat sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha tersebut.



Gambar 3.2.1 Media Sosial Pemasaran Roti Via Moci Alvin

3.3 Membuat anggaran keuangan sederhana, yang meliputi Anggaran Rencana Kerja dan Neraca UKM Roti Moci

Nama : Kadek Sugiani

NPM : 1512120071

Jurusan : Akuntansi

Anggaran ialah suatu rencana yang sudah disusun secara terpadu, dimana mencakup semua kegiatan perusahaan yang dijelaskan dalam unit kesatuan moneter yang aktif dalam periode atau jangka waktu tertentu, dan yang akan datang. Sedangkan pengertian anggaran perusahaan ialah suatu proses perencanaan dan pengendalian operasi perusahaan yang dijelaskan dalam sebuah kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengestimasi operasi perusahaan ke dalam estimasi keuangan.

Adapun tujuan penyusunan anggaran adalah :

1. Untuk menyatakan harapan/sasaran perusahaan secara jelas dan formal, sehingga bisa menghindari kerancuan dan memberikan arah terhadap apa yang hendak dicapai manajemen.
2. Untuk mengkomunikasikan harapan manajemen kepada pihak-pihak terkait sehingga anggaran dimengerti, didukung, dan dilaksanakan.
3. Untuk menyediakan rencana terinci mengenai aktivitas dengan maksud mengurangi ketidakpastian dan memberikan pengarahan yang jelas bagi individu dan kelompok dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.
4. Untuk mengkoordinasikan cara/metode yang akan ditempuh dalam rangka memaksimalkan sumber daya.
5. Untuk menyediakan alat pengukur dan mengendalikan kinerja individu dan kelompok, serta menyediakan informasi yang mendasari perlu-tidaknya tindakan koreksi.

3.3.1 Manfaat Anggaran

Dengan penyusunan anggaran usaha-usaha perusahaan akan lebih banyak berhasil apabila ditunjang oleh kebijaksanaan-kebijaksanaan yang terarah dan dibantu oleh perencanaan-perencanaan yang matang. Perusahaan yang berkecenderungan memandang ke depan, akan selalu memikirkan apa yang mungkin dilakukannya pada masa yang akan

dating. Sehingga dalam pelaksanaannya, perusahaan-perusahaan ini tinggal berpegangan pada semua rencana yang telah disusun sebelumnya. Di mana, bagaimana, mengapa, kapan, adalah pertanyaan-pertanyaan yang selalu mereka kembangkan dalam kegiatan sehari-hari. Apabila pada suatu kesempatan hal ini ditanyakan kepada seorang General Manager yang sukses, maka sering didapatkan jawaban bahwa ide-ide untuk kegiatan pada waktu mendatang pada umumnya didasarkan pada jawaban atas pertanyaan-pertanyaan diatas. Dalam perusahaan-perusahaan manufaktkur (pabrik) kegiatan akan dilakukan dengan lebih efisien dan tingkat keuntungan akan lebih besar apabila management memperhatikan rencana untuk aktivitas-aktivitasnya di masa depan. Karena itu Heckerts dan Wilson mengatakan bahwa manfaat utama daripada business budgeting adalah dapat ditentukannya kegiatan-kegiatan yang paling profitable yang akan dilakukan.

3.3.2 Anggaran rencana kerja

| | Keterangan | Jumlah | Harga |
|--|---------------|---------------|-------------------|
| | Tepung terigu | 20 kg | Rp 180.000 |
| | Gula putih | 11 kg | Rp 77.000 |
| | Minyak goreng | 3 kg | Rp 39.000 |
| | Kacang hijau | 7 kg | Rp 154.000 |
| | Fermipan | 1 bungkus | Rp 5.000 |
| | Garam | 1 bungkus | Rp 1.000 |
| | Benzoate | 1 st | Rp 3.500 |
| | Kalsium | 1 st | Rp 4.500 |
| | Plastic | ½ kg | Rp 35.000 |
| | Logo | 500 biji | Rp 50.000 |
| | Isi steples | 2 kotak kecil | Rp 5.000 |
| | Gas lpg | 1 buah | Rp 22.000 |
| | Jumlah | | Rp 576.000 |

Tabel 3.3.2 Anggaran Rencana Kerja

Dalam satu hari Ukm roti moci Alvin, dapat menghasilkan 2500 biji roti, dengan 20 kg tepung trigu dari 2500 biji roti dapat menghasilkan 500 kemasan. dan satu kemasan roti berisi 5 biji roti, satu kemasan seharga Rp.1.600.

Hasil penjualan dari produk roti moci Alvin dalam satu hari yaitu ,

$$500 \text{ kemasan roti} \times \text{Rp.1.600} = \text{Rp. 800.000}$$

$$\text{Laba yang diperoleh dalam satu hari yaitu, } \text{Rp.800.000} - \text{576.000} = \text{224.000}$$

3.3.3 Anggaran neraca

| Keterangan | Debit | Kredit |
|---------------|------------|------------|
| Kas | Rp 224.000 | |
| Modal | | Rp 576.000 |
| Tepung trigu | Rp 180.000 | |
| Gula putih | Rp 77.000 | |
| Minyak goreng | Rp 39.000 | |
| Kacang hijau | Rp 154.000 | |
| Fernifan | Rp 5.000 | |
| Garam | Rp 1.000 | |
| Benzoate | Rp 3.500 | |
| Kalsium | Rp 4.500 | |
| Plastic | Rp 35.000 | |
| Logo | Rp 50.000 | |
| Isi steples | Rp 5.000 | |
| Gas lpg | Rp 22.000 | |

| | | | |
|--|------------|------------|------------|
| | Pendapatan | | Rp 224.000 |
| | Total | Rp 800.000 | Rp 800.000 |

Tabel 3.3.3 Anggaran Neraca

Keterangan :

Dari hasil anggaran neraca diatas dapat diketahui bahwa jumlah kas sebesar Rp 224.000, modal Rp 576.000 dan biaya-biaya yang dianggarkan sebesar Rp 576.000, sedangkan pendapatan yang dihasilkan Rp 224.000 untuk penjualan 500 kemasan roti moci Alvin. Makajumlah anggaran neraca sebesar Rp 800.000 untuk di debit dan di kredit.



Gambar 3.3.3 Pelatihan Pembuatan Anggaran pada Pemilik UKM Roti Moci

3.4 Pelatihan sederhana perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Laba/Rugi untuk UKM Roti.

Nama : Saras Yulianti

NPM : 1512120190

Jurusan : Akuntansi

Upaya yang dilakukan dalam membantu UKM Roti Moci salah satunya adalah dengan mengajarkan pembuatan laporan keuangan, yang sebelumnya

hanya di lakukan perhitungan modal dan penghasilan tanpa melakukan perincian, dari melakukan perincian maka dapat dilihat pengeluaran bahan pokok dan dapat dijadikan bahan pertimbangan, dibutuhkan atau tidaknya pengeluaran tersebut.

Laporan yang kami ajarkan kepada pemilik UKM Roti Moci adalah Laporan Laba Rugi. Tujuan dari perhitungan laba rugi sebagai patokan untuk menghitung apakah penjualan Roti Moci tersebut untung atau rugi dan jika untung berapa presentase keuntungannya. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan memperoleh kerugian. Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan output yang lebih dari industry/perusahaan. Sebaiknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/ komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien. Jenis laba yang kami gunakan dalam UKM Roti Moci adalah Laba kotor, Laba kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan.

Berikut ini adalah perhitungan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam produksi Roti Moci

Dalam sekali produksi UKM Roti dapat menghasilkan 2.500 biji. Berikut ini harga jual Roti Moci :

Jumlah Biaya Operasional : **Rp 576.000**

Harga pokok produksi

Roti Moci dengan isi 5/bungkus

$$\text{Rp } 576.000 : 500 = \text{Rp } 1.152 = \text{Rp } \mathbf{1.200}$$

Laba (50% dari HPP)

Roti Moci dengan isi 5/bungkus

$$\text{Rp } 1.200 \times 50\% = \text{Rp } \mathbf{600}$$

Harga Jual

Roti Moci dengan isi 5/bungkus

$$\text{Rp } 1.200 + \text{Rp } 600 = \text{Rp } \mathbf{1.800}$$

Berdasarkan perhitungan sebelumnya dapat dilihat rincian harga jual dibawah ini:

| Isi | Harga Pokok Produksi | Laba | Harga Jual |
|--------|----------------------|--------|------------|
| 5 biji | Rp 1.200 | Rp 600 | Rp 1.800 |

Tabel 3.4 Rincian Harga Jual Setiap Kemasan

Berdasarkan kegiatan UKM Roti Moci, dalam sekali produksi Roti Moci, pemilik UKM dapat mencapai 2.500 bungkus Roti Moci dijual dengan isi 5 buah. Berdasarkan penjualan setiap kali produksi pendapatan yang diperoleh pemilik UKM sebesar :

$$500 \text{ bungkus} \times \text{Rp } 1.800 = \text{Rp } 900.000$$

Berikut ini perhitungan Laporan Laba/Rugi UKM Emping:

**LAPORAN LABA/RUGI
UKM ROTI MOCI VIA ALVIN**

| | | | |
|------------------------|----------------------|------------|-------------------|
| Penjualan | | | Rp 900.000 |
| Biaya – biaya : | | | |
| | Tepung terigu | Rp 180.000 | |
| | Gula putih | Rp 77.000 | |
| | Minyak goreng | Rp 39.000 | |
| | Kacang hijau | Rp 154.000 | |
| | Fermipan | Rp 5.000 | |
| | Garam | Rp 1.000 | |
| | Benzoat | Rp 3.500 | |
| | Kalsium | Rp 4.500 | |
| | Plastic | Rp 35.000 | |
| | Logo | Rp 50.000 | |
| | Isi staples | Rp 5.000 | |
| | Gas LPJ | Rp 20.000 | |
| | | | (Rp 576.000) |
| | Laba Bersih : | | Rp 324.000 |

Tabel 3.4.5 Laporan Laba Rugi

Dengan melakukan perhitungan menggunakan Harga Pokok Produksi, Laba yang dihasilkan UKM Roti Moci lebih besar. Dimana laba awal dengan penjualan Rp 1.600/bungkus dengan laba sebesar Rp 224.000, dengan HPP Roti Moci dapat dijual dengan harga Rp 1.800 dengan menghasilkan laba sebesar Rp 324.000. Maka dengan ini, penentuan harga penjualan Roti Moci per bungkus dengan Harga Pokok Produksi dapat mempengaruhi laba yang diperoleh lebih besar, dari pada perhitungan harga penjualan biasanya.



Gambar 3.4 Pelatihan Perhitungan HPP dan Laporan Laba Rugi

3.5 Pelatihan Pembuatan Website pekon Sukoharjo 1

Nama : Rizki Muhammad Abidin

NPM : 1511010130

Jurusan : Teknik Informatika

Pada saat ini segala sesuatu tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi. Teknologi informasi adalah teknologi apapun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi. Pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat semakin meluas seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan ketersediaan informasi yang akurat dan cepat. Untuk mendukung kemajuan teknologi informasi di Pekon Sukoharjo 1 kami mengadakan pelatihan terhadap siswa/i SD Negeri 2 Sukoharjo dan aparat desa Sukoharjo 1.

3.5.1 Pelatihan Dasar Komputer terhadap Siswa/i SD Negeri 2 Sukoharjo

Kemampuan menguasai komputer dalam dunia modern sangat diperlukan demi menunjang kebutuhan hidup manusia, oleh karena itu pendidikan dasar komputer harus ditanamkan sejak dini. Terutama kemampuan dalam menguasai microsoft office yang mana merupakan hal yang umum dalam bidang komputer. Penguasaan microsoft office diperlukan bagi siapa saja yang bekerja dan menekuni bidang komputer, karena microsoft office sendiri merupakan aplikasi penunjang yang pasti digunakan dalam dunia komputer.

- **Maksud**

Maksud pelatihan dasar komputer dalam bidang Microsoft Office yang dilakukan adalah untuk menunjang pengetahuan tentang dasar-dasar pengetikan dan pengadaaan data sejak dini dikalangan masyarakat terutama pelajar.

- **Tujuan**

Tujuan dari pelatihan ini sendiri adalah untuk memperkenalkan pentingnya kemampuan dasar komputer dalam bidang microsoft office kepada para pelajar.

- **Sasaran**

Sasaran pelatihan merupakan para pelajar tingkat SD hingga SMP yang merupakan pelajar disekitar lingkungan.

- **Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan**

Pelatihan dasar komputer yang dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Agustus 2018

Waktu : 11.00 WIB s/d selesai

Lokasi : SD Negeri 2 Sukoharjo 1



Gambar 3.5.1 Pelatihan Dasar Komputer terhadap siswa/i SD Negeri 2 Sukoharjo 1

3.5.2 Pembuatan serta Pelatihan Website terhadap Aparatur Desa Sukoharjo 1

Tidak hanya di perkotaan, di wilayah pedesaan pun sudah dimasuki oleh perkembangan teknologi informasi. Penyebaran informasi desa dan potensi yang dimiliki oleh suatu desa dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang akan meningkatkan kualitas dan ketepatan data yang tersedia. Dalam membantu pembangunan dan pengembangan desa Sukoharjo 1 dibutuhkan sebuah alat yang dapat mengelola informasi seperti potensi alam maupun masyarakat yang beragam yang ada di desa tersebut, sehingga menghasilkan data yang tertata dan mudah untuk didapatkan/digunakan. Dengan demikian kami membuat website di desa Sukoharjo 1 guna membantu mengembangkan dan memberikan informasi yang berada di desa Sukoharjo 1.

Tahapan Pembuatan Website Kampung

- a. Tahap pengumpulan data.
- b. Tahapan pertama adalah login untuk dapat mengakses halaman administrator.
- c. Memasukan data ke table website.
- d. Penambahan sub menu dari database ke Website

e. Penambahan Menu staff untuk Website.

Pengisian konten website meliputi beberapa menu utama, yaitu :

- **Profil**

Dalam menu Profil terdapat sub menu, antara lain :

- Visi & Misi
- Sejarah Kampung
- Struktur Organisasi
- Staff





3.5.2 pelatihan web terhadap admin pekon Desa Sukoharjo 1

3.6 Membuat Video Profil Desa dan Dokumentasi PKPM

Nama : Bayu Sugeng Wahyudi

NPM : 1512110051

Jurusan : Manajemen

3.6.1 Pembuatan Video Profil kampung

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi seperti fasilitas fasilitas desa (perekonomian, pendidikan, Kesehatan, keamanan, potensi alam, wisata, dll). Video sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebab karena itu di jaman

perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu Video profil desa untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dari suatu desa kepada masyarakat luas. Sehingga banyak dari masyarakat luar desa tersebut yang ingin berkunjung ke desa tersebut.

Profil Daerah dalam bentuk video sangat efektif dalam penyampaian informasi daerah. Karena video Profil dalam kemasan DAT dapat diakses di komputer maupun VCD Player, video dapat juga di upload ke youtube yang selanjutnya dipasang pada website. Pembuatan video profil sangat bervariasi, tergantung kepada alat yang tersedia, media editing maupun faktor lainnya. Kualitas suatu video tentunya dipengaruhi oleh hal-hal tersebut.

3.6.2 Maksud pembuatan video

Maksud dari pembuatan video profil ini sendiri adalah untuk memperkenalkan pekan Sukoharjo 1 kepada netizen di sosial media seperti YouTube.

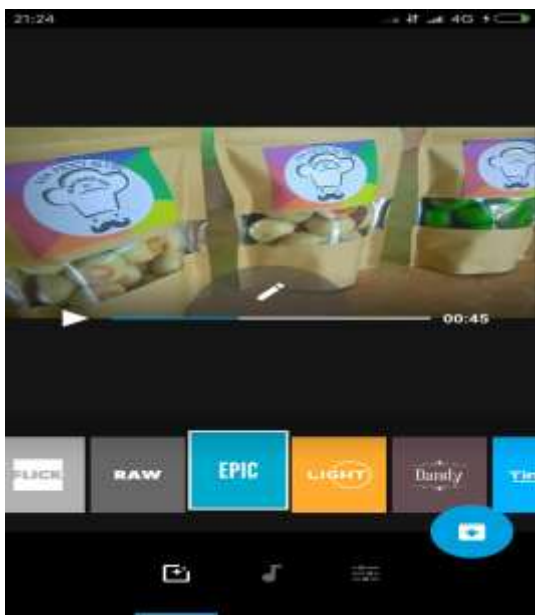
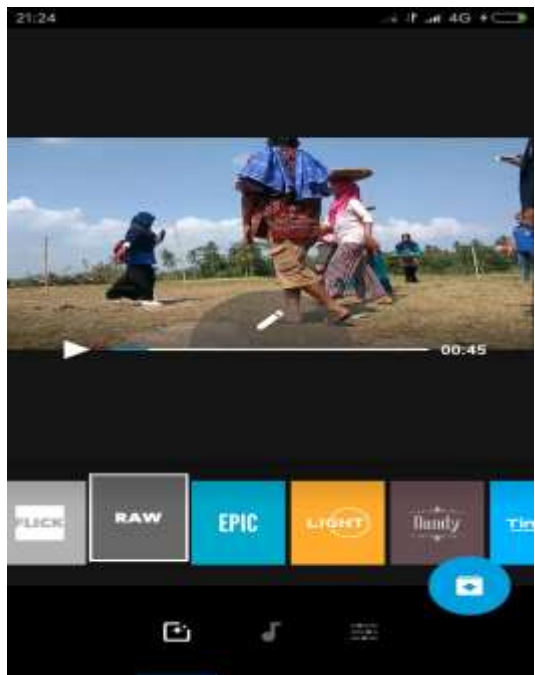
3.6.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari Video Profil ini sendiri adalah untuk menarik minat para wirausahawan dan memperlihatkan potensi strategis daerah untuk membangun sebuah usaha. Sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti Youtube, Instagram, Facebook, dll.

3.6.4 Alat dan Software

- Alat
 - Camera HandPhone
- Software
 - Quik

3.6.5 Proses pembuatan video profil desa





Gambar 3.6.5 Proses Pembuatan Video

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama satu bulan di Pekon Sukoharjo 1 Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu, dengan rincian tanggal sebagai berikut:

- a. Pengambilan data dimulai dari tanggal
9 Agustus 2018 – 1 September 2018
- b. Tahap pengerjaan Video dimulai dari tanggal
27 Agustus 2018 – 5 September 2018

3.6.6 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya Bantuan dari teman -teman kelompok yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga, Antusias para warga dan para petinggi desa yang ingin mengenalkan potensi desa kepada masyarakat luas dalam hal wisata dan pendidikan.

b. Faktor penghambat

Kurangnya jaringan internet untuk mempublikasikan video kedia sosial, Kurangnya ketersediaan alat seperti camrecord, camera, dan camera pendukung lainnya.

3.6.7 Link Video Profil Desa

URL Video Youtube :

<https://www.youtube.com/watch?v=8qiDoZBHAB4>



Gambar 3.6.7 Video Profil Desa di Youtube

