



THE HEROES

**Kelompok 82 KKN-PPM
UMBY-2020**

Ardhika Falaahudin, S.Pd.Jas., M.Or. AIFO-P



THE HEROES

Ardhika Falaahudin, S.Pd.Jas., M.Or. AIFO-P

Kontributor :

Ade Fajar Prasetya | Melinda Indrawati
Nurul Hudha | Eko Bagus S. | Putri Yulianingsi KT
Nurushikhah Handayani | Poni Sri
Zonia Armandini Putri | Miftahul Khairani
Nabela Kurnialita



Penerbit K-Media
Yogyakarta, 2021

THE HEROES

vi + 70 hlm.; 14 x 20 cm

ISBN: 978-623-316-495-5

Penulis : Ardhika Falaahudin,...[et al.]
Editor : Luky Kurniawan, M.Pd.
Agustinus Hary Setyawan, S.Pd., M.A.
Agus Setyoko, S.TP., MSc
Tata Letak : Melinda Indrawati
Desain Sampul : Nurul Hudha
Cetakan 1 : April 2021

Copyright © 2021 by Penerbit K-Media
All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No 19 Tahun 2002.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektris mau pun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Penerbit K-Media
Anggota IKAPI No.106/DIY/2018
Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.
e-mail: kmedia.cv@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku kegiatan Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat UMB Yogyakarta tahun 2020 ini tanpa ada halangan apapun.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini, diantaranya :

1. Bapak Abdul Karim selaku Kepala Desa yang telah memberikan izin untuk melaksanakan KKN di Dusun Karya Abadi, Desa Salak Kecamatan Bagan Sinembah, Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau.
2. Bapak Munir selaku Kepala Dusun Karya Abadi, Desa Salak Kecamatan Bagan Sinembah, Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau.
3. Masyarakat Dusun Karya Abadi, yang telah menerima dan membantu kami selaku kelompok 82 KKN-PPM UMB Yogyakarta.
4. Rekan kelompok KKN K82 atas bantuan dan kerjasamanya.

Penulis berharap, semoga buku ini dapat bermanfaat dan membantu siapa saja yang membaca dan membutuhkan data-data penelitian seanjutnya.

Yogyakarta, 28 Agustus 2020

Ardhika Falaahudin
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Tahun 2020

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
MENAPAK JEJAK DI DUSUN KARYA ABADI DI TENGAH	
PANDEMI COVID-19	1
MENANAMKAN KESADARAN BAHAYA CORONA (COVID-19) MELALUI MEDIA.....	4
OPTIMALISASI MEDIA CETAK.....	7
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL	11
A. 5 Tips Terhindar dari Berita Hoax COVID-19.....	13
B. Budaya Membaca - Waspada Berita Hoax Selama Pandemi Covid-19!	16
C. Tips Mengelola Emosi Saat Menghadapi Covid-19.....	20
D. Cara Menjaga Kebersihan Lingkungan.....	23
E. Motivasi Bekerja	25
F. Stop Kecanduan Gadget	28
G. 6 Cara pembukuan akuntansi bagi usaha kecil.....	31
H. Pembuatan Pupuk Organik Cair (POC).....	34
I. Pembuatan Silase Gedebung Pisang.....	37
J. Optimasi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19.....	41
AKHIR PERJALANAN.....	54
LAMPIRAN	55

MENAPAK JEJAK DI DUSUN KARYA ABADI DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Genap 5 bulan sudah virus corona menyerang negeri ini, tepat ditanggal 2 Maret 2020 kasus virus Corona pertama di Indonesia terjadi di Depok, Jawa Barat.

Kasus penularan virus ini diawali saat warga negara (WN) Jepang bertemu dengan warga negara Indonesia yaitu seorang wanita berusia 31 tahun, di klub dansa pada 14 Februari 2020. Setelah dipastikan positif terinfeksi COVID-19, wanita tersebut bersama 2 anggota keluarga lain akhirnya dirawat di RS Sulianti Saroso, Jakarta Utara. Seiring berjalannya waktu kasus penularan sudah merambah hingga pelosok negeri, hingga kini kasus yang tertular sudah mencapai total lebih dari 150.000 jiwa.

Dusun Karya Abadi, Desa Salak merupakan dusun yang masih di dalam status aman (area hijau), walau dalam status seperti itu, tidak menutup kemungkinan penduduk di Desa Salak tepatnya di Dusun Karya Abadi resah dan khawatir, namun sebagian besar dari masyarakat Desa Salak masih menganggap sepele pandemi yang melanda negeri ini. Kehadiran tim 82 KKN-PPM UMB Yogyakarta di tengah-tengah masyarakat diharapkan dapat membuat atau membantu masyarakat tentang edukasi bahaya covid-19. Selain memberikan edukasi tentang bahaya covid-19, diharapkan juga dapat membantu masyarakat menghadapinya dengan memberikan bekal tentang berbagai aspek kehidupan, sehingga masyarakat dapat *survive* dari pandemi ini.

Gambaran Umum Wilayah

Kampung salak merupakan salah satu yang terletak di Kecamatan Bagan Sinembah Provinsi Riau. Desa Salak berdiri pada tahun 1980, Desa ini merupakan sebuah desa yang berasal dari pemekaran dari desa Bagan Sinembah Raya. Desa ini memiliki wilayah yang luas. Dengan seiring berjalanya waktu desa ini menjadi beberapa Desa. Diantaranya desa Bulu Cina, Desa Dwg, Bagan Sinembah, Desa Salak, Desa Tanah merah. Asal kata Salak itu adalah dahulunya di Kampung Salak ini banyak sekali buah kurbi yang mirip dengan buah salak maka itulah disebut Desa Salak. Desa Salak sebagai mana desa lainnya terletak di Kecamatan Bagan Sinembah yang letak desanya berbatasan dengan.

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Bagan Sinembah Timur
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan kepenghuluan Pasar Putih
3. Sebelah Barat berbatasan dengan kepenghuluan Makmur Jaya
4. Sebelah Timur berbatasan dengan kepenghuluan Bagan Sinembah Timur

Adapun luas Desa Salak adalah 17. 200 Ha yang terdiri dari luas kebun 5. 500 Ha, luas pemukiman 35 Ha, Tanah yang bersartifikat 240 Ha, tanah yang belum bersartifikat 11.425 Ha. Sedangkan luas daerah Dusun Karya Abadi adalah 72 Ha.

Dengan demikian Desa Salak luas wilayahnya semenjak ditempati hingga sekarang tidak pernah bertambah dan tidak pula berkurang, dari perbatasan- perbatasan dengan desa yang lain. Desa Salak yang luas wilayahnya lebih kurang 17.200 Ha, memiliki iklim sedang karena terletak didaerah yang rendah. Sedangkan musim yang terjadi di Desa ada dua musim yaitu

musim kemarau dan musim hujan. Desa Salah memiliki 4 dusun dan salah satu dusun yang ada di Desa Salak adalah Dusun Karya Abadi. Penduduk di Desa Salak adalah sebanyak 1.696 jiwa (471 KK), sedangkan jumlah penduduk di Dusun Karya Abadi adalah kurang lebih sebanyak 544 jiwa. Kehidupan beragama di dusun ini mayoritas beragama Islam.

Pendidikan merupakan salah satu yang mutlak yang harus diterima oleh setiap manusia karena pendidikan merupakan sarana untuk mendapatkan ilmu pengetahuan guna mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Selanjutnya dibidang pendidikan Kampung Salak sangat memadai. Karena kebanyakan masyarakat sudah menyadari betapa pentingnya pendidikan bagi anak cucu mereka. Agar pendidikan berjalan dengan baik, maka diperlukan sarana pendidikan, guna menunjang manusia yang berkualitas tersebut yaitu melalui pendidikan disekolah. Untuk itu masyarakat desa Salak ini telah banyak menyekolahkan anaknya ke jenjang sekolah yang lebih tinggi. Fasilitas pendidikan di Dusun Karya Abadi terdapat sarana pendidikan yaitu SD 024 Salak.

MENANAMKAN KESADARAN BAHAYA CORONA (COVID-19) MELALUI MEDIA

Kesadaran adalah menunjukkan dimana suatu kondisi individu tahu terhadap apa yang ia lakukan atau ia perbuat sehingga memberikan refleksi atau respon terhadap rangsangan. Namun secara teoritis definisi dari kesadaran adalah menyatakan suatu kondisi kesiagaan seseorang terhadap peristiwa-peristiwa di lingkungan seperti gambaran visual atau pemandangan dan suara-suara dari lingkungan sekitarnya, serta peristiwa-peristiwa kognitif meliputi memori, pikiran, perasaan, dan sensasi-sensasi fisik.

Apa yang dimaksud dengan media? Secara umum, pengertian media adalah suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada penerima pesan. Pendapat lain mengatakan arti media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Dengan kata lain, media dapat didefinisikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan. Secara etimologi kata “media” berasal dari bahasa Latin, yaitu “*medius*” yang artinya “tengah, perantara atau pengantar”. Istilah “media” pada umumnya merujuk pada sesuatu yang dijadikan sebagai wadah, alat, atau sarana untuk melakukan komunikasi. Seperti yang disebutkan di paragraf awal, penggunaan istilah “media” dapat digunakan pada berbagai bidang, misalnya media informasi, media pembelajaran,

dan lainnya. Secara umum, suatu media memiliki fungsi yang sama, beberapa diantaranya adalah:

1. Sebagai sarana informasi kepada masyarakat
2. Membantu mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan daya indera
3. Sebagai sarana untuk mengekspresikan pendapat, ide, dan gagasan kepada khalayak
4. Sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan, relaksasi, dan pengalihan perhatian dari ketegangan social
5. Sebagai sarana pendidikan bagi masyarakat secara umum, dan bagi para siswa secara khusus
6. Sebagai sarana untuk melakukan pengawasan atau kontrol sosial bagi masyarakat.

Media sosial dan media cetak merupakan sarana yang cocok dalam memberikan informasi terkait bahaya corona dan informasi-informasi lain, guna menambah wawasan dan tingkat kesadaran masyarakat di Dusun Karya Abadi. Saat terjadinya COVID-19 sangat rentan untuk terkena wabah virus korona sehingga menyebabkan adanya ketentuan khusus untuk tidak berada di sebuah kerumunan, maka program utama dalam memanfaatkan media ini ialah:

1. Mengoptimalkan media sosial sebagai sarana memberikan edukasi melalui video, pesan teks dan sebagainya. Optimalisasi media sosial (berupa instagram, whatsapp, maupun facebook dari media sosial setiap anggota) berupa pemberian informasi edukasi dalam bentuk poster maupun video yang selalu update dalam kurun waktu 3 hari atau paling lambat 4 hari selama masa KKN.

2. Mengoptimalkan media cetak sebagai sarana edukasi melalui penyebaran e-poster, template, maupun media cetak lainnya. Optimalisasi media cetak (berupa pamflet dan banner/baliho) untuk mengajak masyarakat tentang menyadari bahaya Covid-19, yang akan dilaksanakan bersamaan dengan pembagian masker ataupun sanitizer.

OPTIMALISASI MEDIA CETAK

Pengertian media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi yang didalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja. Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media elektronik dan juga media digital. Dan di tengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital. Meski demikian, bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang dibawanya.

Dari pengertian media cetak tersebut, nampak ada keunggulan media ini dibandingkan dua pesaingnya tersebut. Media cetak bisa menyampaikan sebuah informasi secara detail dan terperinci. Sementara untuk media elektronik dan digital, mereka lebih mengutamakan kecepatan informasi. Sehingga tak jarang informasi yang disampaikan lebih bersifat sepotong dan berulang-ulang.

Pemanfaatan media cetak dalam memberikan informasi kepada masyarakat Dusun Karya Abadi merupakan sebuah tindakan yang cukup bermanfaat. Pengaplikasian pemberian informasi ini diwujudkan dalam bentuk pembuatan benner yang berjudulkan “cegah penularan virus corona, siap jalani new normal” serta pembuatan leaflet yang memiliki judul serupa

dengan benner. Pengalokasian benner di Dusun Karya Abadi terdiri dari 5 titik, diantaranya adalah gapura (pintu keluar dan pintu masuk dusun), masjid, puskesmas, dan sekolah. Sedangkan pengalokasian leaflet langsung diberikan kepada masyarakat yang diikuti dengan pembagian masker untuk setiap masyarakat dusun.

Gambar 1. Contoh desain benner



Gambar 2. Contoh desain leaflet



Gambar 3. Contoh desain masker



Gambar 4. Dokumentasi pemasangan benner



Gambar 5. Dokumentasi pembagian leafleat



Gambar 6. Dokumentasi pembagian masker



OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu :

1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dan lain-lain)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, phorum, dan lain-lain)
3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dan lain-lain (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dan lain-lain)
4. Publish, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dan lain-lain)
5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dan lain-lain)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dan lain-lain)
7. Virtual worlds (habbo, imvu, starday, dan lain-lain)
8. Livecast (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dan lain-lain)
9. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings, dan lain-lain)

10. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dan lain-lain)

Sosial media meghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan ttidak peduli siang atau pun malam. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial.

Apabila kita dapat memnfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dan lain-lain. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autisme, dan lain-lain).

Pemanfaatan media sosial dalam rangka memberikan informasi terhadap masyarakat Dusun Karya Abadi dan khalayak umum sangat bermanfaat. Bermanfaat karena, media sosial sudah menjadi sesuatu yang bukan asing lagi bagi masyarakat umum, mengingat era modernisasi sekarang ini. Dalam pengaplikasiannya, informasi yang dibuat disebarakan melalui media sosial dari setiap member 82 KKN-PPM UMB Yogyakarta, yang dapat berupa WhatsApp, Instagram, Facebook, Line, dan sebagainya. Setiap informasi yang dikirimkan selalu di update setiap 3 hari sekali, dengan materi yang berbeda-beda. Berikut adalah materi yang termuat dalam optimalisasi media sosial:

A. 5 Tips Terhindar dari Berita Hoax COVID-19

Banyak berita mengenai Covid-19 yang beredar dan membuat masyarakat Indonesia maupun dari luar Indonesia panik. Menkominfo telah menghimbau untuk tidak mudah percaya dengan berita hoax mengenai Covid-19 di media sosial. Dalam kondisi pandemi Covid-19 yang sedang meningkat, sangat penting bagi kita semua untuk lebih berhati-hati membagikan informasi di internet. Kita semua punya tanggung jawab untuk membantu mengurangi



penyebaran informasi yang salah dengan memastikan bahwa kita hanya memberikan informasi yang benar atau telah terverifikasi dan terhindar dari penyebaran berita Hoax Covid-19. Berikut 5 Tips terhindar dari berita hoax covid-19 :

1. Cek Sumber Berita

Untuk mengecek sumber berita yang disebar oleh pemerintah sekarang sudah menyediakan website resmi yang mengabarkan berita baru tentang virus corona, yakni covid19.go.id. Di akun ini juga ada kanal Hoax Buster yang terletak di kanan bagian atas. Di kanal Hoax Buster ada banyak informasi yang salah beredar di masyarakat. Dari sini, Anda bisa menelusuri berbagai kabar terbaru mengenai virus corona. Jika kita ingin mendapatkan informasi yang real tanpa hoax kita harus mencari tau dulu kebenaran dari informasi tersebut untuk di sebar kembali.

2. **Antisipasi Judul yang Provoaktif**
Membaca judul sebuah artikel sangat mudah mengetahui kebenaran dari faktanya. Biasanya, berita hoaks menggunakan judul yang sangat provokatif dan bombastis untuk menarik emosi pembaca. Saat judulnya provokatif, biasanya isi berita menggunakan format penulisan yang asal-asalan. Banyak berita hoaks yang semua hurufnya menggunakan kapital dan di-bold.
3. **Cek Keaslian Gambar yang Dikirim**
Di grup WhatsApp, biasanya ada berbagai foto, baik itu benar atau sudah dimanipulasi. Anda bisa mengecek keasliannya dengan menggunakan situs pencari Google Image. Caranya pun sangat mudah, Anda tidak masukkan foto ke Google dengan memilih Gambar di kanan bagian atas. Setelah itu, klik gambar kamera di kolom pencarian dan upload fotonya. Setelah itu, Google bakal menampilkan hasil pencarian berupa foto yang sama dan situs mana saja yang telah memuat foto tersebut. Cara seperti ini bisa membantu mengidentifikasi foto yang telah diedit atau disalahgunakan untuk berita yang salah.
4. **Jangan Buru-Buru men-Share Berita**
Jika ada sebuah artikel, Anda harus perhatikan sumber beritanya. Apakah itu dari media mainstream atau bukan. Bila bukan media yang kredibel, bisa saja itu menjadi kabar bohong. Jangan buru-buru menyebarkan berita yang belum tentu benar adanya jadi sebelum menshare anda harus mencari terlebih dahulu kebenaran berita tersebut. Biasanya, berita hoaks tentang virus corona yang bukan dari media kredibel menggunakan domain blog. Namun, Anda mesti cermat juga, karena ada juga yang mengatasnamakan media kredibel, meski domainnya blog.

5. Baca Secara Menyeluruh dan laporkan jika terindikasi Berita Hoax Mengenai COVID-19
Cara Melaporkan Konten Hoaks Virus Corona di Portal Aduan KominfoIlustrasi: CNN Indonesia. Berdasarkan situs resmi Kemenkominfo, ada sejumlah cara yang dapat ditempuh masyarakat jika menemukan konten yang terindikasi hoaks, salah satunya soal informasi virus Corona, caranya :
 - a. Buka situs <https://trustpositif.kominfo.go.id/>
 - b. Lalu klik Aduan Konten.
 - c. Masyarakat mesti mendaftar terlebih dahulu sebagai pelapor, dengan mengisi nama lengkap, alamat surel (email), dan kata sandi minimal 8 karakter lalu lakukan verifikasi akun.
 - d. Setelah berhasil membuat akun pelapor, klik Aduan Baru.
 - e. Anda akan dihadapkan dengan sejumlah opsi kategori aduan, pilih kategori Hoax.
 - f. Lalu masukan tautan yang Anda anggap menyebarkan informasi bohong terkait corona dan berikan alasan.

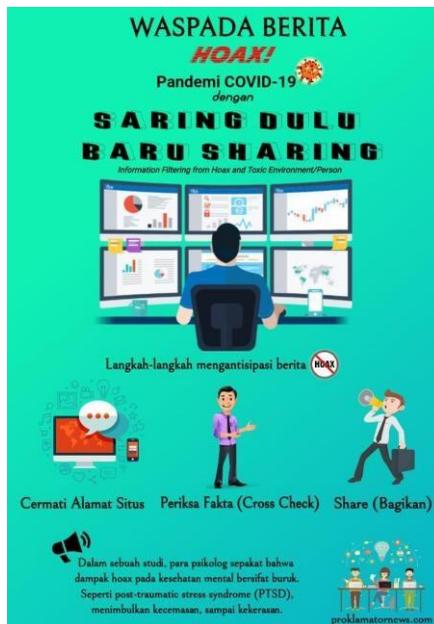
Kemenkominfo pun menyediakan opsi lain, Anda bisa mengirimkan tangkapan layar disertai URL konten yang dinilai menyebarkan kabar bohong ke aduankonten@mail.kominfo.go.id. "Karena jumlah pengidap terus bertambah dan terjadi penularan antarmanusia di luar China, maka WHO kembali menggelar rapat karena ada potensi wabah ini semakin meluas," kata Dirjen WHO, Tedros Adanom Ghebreyesus.

WHO menyatakan yang dimaksud status gawat darurat yang menjadi perhatian dunia adalah kejadian luar biasa yang mengancam kesehatan masyarakat di banyak negara akibat

penyebaran wabah secara global. Hal ini juga membutuhkan tanggap dan koordinasi dari seluruh dunia. Virus corona merebak pertama kali di Kota Wuhan, Provinsi Hubei. Diyakini virus itu berasal dari binatang yang dijual di pasar setempat.

B. Budaya Membaca - Waspada Berita Hoax Selama Pandemi Covid-19!

Begitu banyak hoax yang beredar selama pandemic virus COVID-19 ini. Dalam laporan Kementerian Komunikasi dan Informasi RI menyebutkan, hingga 18 April 2020 terdapat sebanyak 554 berita hoax seputar COVID-19 yang beredar di masyarakat. Berita tersebut dimuat dalam 1.209 konten dalam sejumlah platform digital, dengan facebook sebagai platform yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan berita hoax.



Apa itu berita hoax? Berita hoax adalah berita yang seolah-olah benar, tetapi sebenarnya merupakan suatu kebohongan. Sayangnya hoax ini dengan mudah menyebar luas ke masyarakat sehingga membuat tingkat kekhawatiran dan ketakutan masyarakat yang lebih tinggi. Karena hoax dirancang untuk menciptakan kecemasan, kebencian, kecurigaan atau

ketidakpercayaan hingga permusuhan. Oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab memanfaatkan momen pandemic ini untuk memancing emosi banyak orang dengan membuat berita-berita palsu. Tidak hanya menimbulkan keresahan, berita hoax tersebut juga dapat membahayakan kesehatan jika informasi “medis” yang disampaikan ternyata hanya rekaan atau dugaan belaka.

Akibatnya, banyak masyarakat yang memiliki pemahaman yang salah sampai menimbulkan tindakan-tindakan yang berbahaya. Hal ini tentunya harus ditanggapi bersama. Pandemic ini masih terus berlangsung, dan jika berita hoax tidak segera dibasmi maka akan menimbulkan dampak lain yang lebih buruk. Ciri-ciri Berita Hoax:

1. Sumber informasi atau medianya tidak jelas.
2. Tidak mengandung 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, How) yang lengkap.
3. Pihak yang menyebarkan informasi meminta info tersebut disebarluaskan semasif mungkin.

Dampak buruk dari berita hoax juga bisa merugikan kesehatan mental. “Dalam sebuah studi, para Psikolog sepakat bahwa berita hoax bisa memberikan dampak buruk terhadap kesehatan mental, seperti *Post-Traumatic Stress Syndrome* (PTSD), menimbulkan kecemasan, sampai kekerasan.”

Bagaimana cara membedakan berita fakta dan hoax yang beredar di media sosial? Berikut adalah tips dari Dr. Riskiyana Sukandhi Putra, M.Kes, Direktur Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Ditjen Kesehatan Masyarakat, Kementerian Kesehatan RI dengan penjelasan tambahan dari berbagai sumber.

1. Berhati-hati dengan judul yang provokatif.
Cara paling sederhana untuk mengetahui benar atau tidaknya sebuah berita adalah dengan melihat judulnya. Berita hoax sering menggunakan judul yang provokatif. Hal tersebut biasanya bertujuan untuk membuat pembaca merasa tertarik untuk membaca berita tersebut dan membangkitkan emosi pembaca tanpa membaca hingga selesai karena sudah tersulut dan tidak sabar untuk menyebarkannya kepada orang lain. Namun biasanya mereka akan menggiring opini bahkan menyudutkan pihak tertentu. Oleh karena itu, waspada jika menemukan berita dengan judul yang provokatif dan lakukan pemeriksaan terhadap berita lain yang berasal dari sumber terpercaya.
2. Cermati alamat situs berita.
Cermati URL situs berita yang dibaca. Jika tautan yang dituju tidak dapat dibuka, berarti berita tersebut adalah berita hoax. Atau biasanya situs yang belum terverifikasi sebagai institusi resmi banyak menggunakan domain blog (bukan .com). Jika begitu, maka keasliannya patut diragukan dan dipertanyakan.
3. Periksa fakta berita.
Saat menerima berita, coba perhatikan dari mana berita tersebut berasal dan siapa yang menjadi sumbernya. Jangan mudah percaya jika sumber yang ditulis bukan berasal dari institusi resmi.
4. Rujuk beritanya ke website *covid19.go.id*
Salah satu situs resmi pemerintah yang bisa dijadikan rujukan berita seputar COVID-19 adalah *covid19.go.id*. Selain memuat kebijakan pemerintah seputar COVID-19 dan perkembangan jumlah kasusnya, *covid19.go.id* juga memiliki menu HOAKS BUSTER di bagian kanan atas.

- Masyarakat bisa mengecek kebenaran berita-berita yang beredar di bagian ini.
5. Cek informasi terpercaya dari Kementerian Kesehatan
Selain *covid19.go.id*, Kementerian Kesehatan juga bisa dijadikan rujukan untuk memeriksa kebenaran berita hoax, baik informasi medis maupun sosial. Dalam situs ini, masyarakat bisa mengunduh materi edukasi berbentuk PDF yang bisa disebarluaskan kepada khalayak luas sebagai modal informasi untuk mencegah hoax. Agar tidak tertinggal informasi terbaru, masyarakat bisa mengikuti akun Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat Kementerian Kesehatan di Instagram, Facebook, Twitter, maupun YouTube.
 6. Cek keaslian foto
Selain berdasarkan narasi, banyak pula berita hoax yang berbentuk berita foto. Untuk mengecek keasliannya, gunakan Google Images/Google Gambar. Caranya, unduh foto lalu simpan. Kemudian, masuk ke Google, pilih “Gambar” di bagian kanan atas. Setelah masuk ke Google Gambar, klik gambar kamera di kolom pencarian, pilih Upload gambar. Setelah mengunggah gambar dari komputer atau ponsel yang telah disimpan sebelumnya, klik Telusuri gambar. Google akan menampilkan hasil pencarian berupa foto yang sama dan situs mana saja yang telah memuat foto tersebut. Cara seperti ini bisa membantu mengidentifikasi foto yang telah diedit atau disalahgunakan untuk berita yang salah.
 7. Bergabung dengan grup diskusi anti hoax
Terdapat beberapa Facebook Group dan Fanpage anti-hoax yang bisa diikuti yaitu Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax dan Indonesian Hoax Busters. Selain bisa mengetahui berita

hoax terbaru (sehingga masyarakat bisa mengingatkan kerabat agar tidak menyebarkannya), masyarakat juga bisa menanyakan kebenaran berita yang meragukan di grup tersebut.

C. Tips Mengelola Emosi Saat Menghadapi Covid-19

Beberapa bulan terakhir media local maupun internasional tengah dipenuhi dengan pemberitaan terkait pandemik covid 19. Setiap hari media terus memberikan perkembangan terakhir tentang pandemic covid 19 di dalam maupun luar negeri, berita-berita tersebut kian mudah diakses mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Saluran televisi, surat kabar online, serta media sosial menjadi sarana bagi masyarakat dalam

memperoleh informasi. Derasnya arus informasi terkait pandemic covid 19 bak pisau bermata dua, di satu sisi masyarakat diberikan pemahaman terkait situasi yang terjadi, di sisi lain masyarakat berpotensi bertindak secara tergesa-gesa sebagai reaksi atas pemberitaan covid 19.

Terlalu membahayakan virus ini terhadap masyarakat yang ada dimana saja, sehingga di Indonesia, pemerintah memberikan himbauan untuk melakukan *social distancing* serta kebijakan bekerja, belajar, dan beribadah dari rumah.

7 Tips Mengelola Emosi Dalam Menghadapi COVID-19

Wabah penyakit virus corona (COVID-19) dapat membuat khawatir dan cemas. Oleh karena itu hal ini harus segera diatasi. Untuk mengelola emosi dan tidak gampang cemas lakukan tips berikut!

Menerima emosi itu.
Menerima kondisi memang kita untuk mudah mencari sumber masalah yang membuat kita khawatir.

Tetap tenang.
Dengan mencoba tenang, diharapkan muncul solusi positif untuk mengatasi rasa khawatir.

Optimis.
Tetap optimis bahwa pandemi akan segera berlalu.

Membangun energi positif.
Banyak bersyukur dan tidak mengeluh.

Lakukan aktivitas menyenangkan.
Misalnya melakukan hobi seperti menyanyi, memasak, membaca, dan sebagainya.

Produktif.
Sibukan juga dengan aktivitas yang produktif karena dalam situasi ini masih kita di rumah saja tetap bisa melakukan kegiatan yang bermanfaat tidak saja untuk diri kita tetapi juga untuk orang lain.

Meditasi.
Mulailah dengan duduk dengan posisi yang nyaman dan pusatkan pikiran sambil membayangkan hal positif yang telah ditunjukkan.

www.republika.co.id

Beberapa negara (China, Italy, India, dst) memberlakukan kebijakan *lockdown*. Langkah-langkah yang diambil para pemerintah adalah untuk mereduksi potensi meningkatnya penyebaran covid 19. Pentingnya untuk membatasi bahkan meniadakan kegiatan yang melibatkan kumpulan orang karena dapat meningkatkan potensi penyebaran covid 19.

Pandemik covid 19 tidak hanya menyerang kesehatan fisik individu yang terpapar, secara tidak langsung oleh pandemik covid 19 juga melemahkan perekonomian negara serta mempengaruhi psikologis masyarakat. Kebijakan pemerintah di negara Indonesia melakukan *lockdown* maupun *social distancing* yang mau tidak mau harus dilakukan mengakibatkan terbatasnya aktivitas ekonomi yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Selain itu, perasaan ketakutan, ketidakpastian, ketidaknyamanan fisik dan penggambaran berita negatif yang luar biasa secara massal pada liputan media dari Covid-19 dapat mengalami kesepian, kemarahan, kecemasan, depresi, dan insomnia, dan gejala stres hingga trauma.

Di sisi lain pendapatan keluarga yang merupakan aspek ekonomi dapat menjadi factor resiko jika kenyataan yang ada adalah sebaliknya, pendapatan yang tidak stabil cenderung membentuk perasaan cemas pada individu karena adanya pikiran akan kebutuhan yang berpotensi tidak dapat terpenuhi. Gender perempuan disebutkan sebagai factor resiko karena kecenderungan perempuan yang lebih rentan terhadap depresi, selain itu status pelajar merupakan factor resiko karena keadaan yang sedang tidak menentu di tengah pandemic membuat para pelajar mempertanyakan jalannya proses pendidikan mereka yang kemudian menjadi factor penentu ketika akan bekerja. Factor resiko lain adalah gejala fisik yang spesifik, munculnya

gejala fisik yang dianggap mirip dengan gejala awal covid 19 menjadikan orang semakin was-was dalam melakukan aktivitas sehari-hari, perasaan was-was yang intens menimbulkan ketegangan yang berpotensi menjadi kecemasan.

Dengan situasi seperti saat ini kelompok kkn kami membuat program kerja dengan menyebarkan poster untuk mengedukasi masyarakat di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau untuk tetap tenang dan menaati peraturan atau kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, sehingga kami membuat tips untuk mengelola emosi saat menghadapi pandemik covid-19 seperti saat ini, tips tersebut adalah menerima emosi, optimis, lakukan aktivitas menyenangkan, produktif, tetap tenang, membangun energy positif dan meditasi.

Dalam program kerja ini kelompok kkn kami menggunakan media poster sebagai alat komunikasi dan edukasi yang kami berikan kepada masyarakat yang ada di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau, alasan kami memilih poster adalah salah satu cara yang efektif dan mudah untuk dibuat. Masyarakat di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau bisa mendapatkan informasi edukasi ini dengan adanya pembagian poster dan penjelasan mengenai informasi yang ada di poster tersebut kepada masyarakat di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau. Sehingga kami mengharapkan masyarakat dapat mengelola emosi saat menghadapi pandemik covid 19 seperti saat ini.

Sambutan yang baik dari masyarakat di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau yang mendengarkan penjelasan tentang tips mengelola emosi saat menghadapi pandemik covid-19 sehingga dapat memahami dan mengurangi rasa kecemasan yang berlebihan. Kami berharap dengan program kerja yang telah kami lakukan ini dapat membantu masyarakat yang berada di

Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau dapat mengelola emosinya sehingga dapat mengurangi rasa kecemasan dan kekhawatiran dengan adanya pandemik covid 19 seperti saat ini.

D. Cara Menjaga Kebersihan Lingkungan

Psikoedukasi merupakan sebuah intervensi yang lebih berfokus kepada mengubah perilaku manusia dan berusaha untuk menghasilkan perubahan jangka panjang yang mengubah pemahaman dasar anak-anak tentang lingkungan, maka keyakinan medapat membantu dalam membetuk perilaku pro lingkungan, meski belum cukup untuk mendorong perubahan perilaku yang diinginkan. Pendidikan dapat merubah sikap,

belief, dan perilaku, tetapi dengan sejumlah batasan, baik dari faktor individual maupun lingkungan sosial dan ekonominya.

Lingkungan yang bersih adalah cerminan dari perilaku seseorang yang berada di lingkungan tsb, lingkungan yang bersih akan menciptakan perilaku yang positif bagi seseorang yang tinggal di dalamnya, contohnya seperti lebih bersemangat, nyaman dan menjadi tidak malas. Menurut teori psikologi lingkungan, perilaku dan lingkungan memiliki hubungan yang sangat erat. Lingkungan dapat mempengaruhi memaksa manusia untuk berperilaku tertentu. Sebaliknya, perilaku manusia dapat membuat perubahan yang berarti pada lingkungan (Bell, dkk, 2001).

Cara Menjaga Kebersihan Lingkungan



KKN PPM S2 Universitas Mercu Buana Yogyakarta (@kkn.k82)

Terlebih pada masa COVID-19 saat ini, tubuh rentan sekali terjangkit virus apabila tidak berada di lingkungan yang bersih dan sehat. Maka, kebersihan lingkungan merupakan hal yang penting untuk diterapkan di kehidupan sehari-hari untuk menjaga kesehatan secara fisik, mental maupun perilaku. Psikoedukasi ini ditujukan khusus kepada masyarakat yang berada di Pedukuhan Karya Abadi, Riau melalui media sosial instagram dan WhatsApp. Sebagaimana yang sangat dibutuhkan saat pandemi COVID-19 saat ini adalah menjaga kesehatan yang dimulai dari kesadaran akan kebersihan lingkungan.

Kebersihan lingkungan terhadap kesehatan sangat berpengaruh, karena lingkungan yang kotor dapat menjadi sarang kuman, bakteri. Maka, penting sekali kebersihan lingkungan tetap bersih dan terjaga untuk membuat suasana menjadi aman dan nyaman untuk ditempati, namun yang paling penting ialah untuk tetap sehat dimasa pandemi saat ini.

Kesehatan adalah kunci utama yang dibutuhkan oleh tubuh, seseorang yang sehat akan senantiasa produktif dalam melakukan segala kegiatan aktivitas kesehariannya. Namun, saat ini banyak masyarakat yang belum paham betul akan pentingnya kebersihan, oleh karena itu, untuk mencegah adanya kemiskinan edukasi yang dimiliki, maka kami sangat berusaha untuk bisa menjadi peran yang edukatif untuk masyarakat Pedukuhan Karya Abadi, karena tiada kesehatan tanpa adanya kebersihan lingkungan.

Program kerja psikoedukasi online diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat agar lebih menjadi tahu dan sadar akan kebersihan lingkungan demi kesehatan yang paripurna. Seperti sederhana nya dengan rajin membersihkan rumah, contohnya menyapu, mengepel, mengelap jendela dan sebagainya. Berikut adalah langkah-langkah yang bisa dilakukan

untuk membersihkan rumah:

1. Memakai masker dan sarung tangan ketika akan melakukan bersih-bersih. Kemudian menyediakan alat-alat kebersihan seperti sapu, ember, sikat dsbnya.
2. Membersihkan jendela, meja, pintu yang berdebu maupun kotor dengan menggunakan lap kain dan cairan pembersih.
3. Membuang sampah maupun benda yang sudah tidak terpakai ke dalam tempat sampah.
4. Membersihkan diri dengan mencuci tangan menggunakan air yang mengalir dan juga sabun.

Menjaga kebersihan lingkungan merupakan tanggungjawab semua pihak. Tidak hanya seseorang yang bekerja pada bagian kebersihan saja, namun pada semua makhluk sosial di muka bumi ini. Dengan kebersihan yang terjaga, maka akan meminimalisir adanya penyakit maupun virus berbahaya sekalipun, seperti virus corona yang sedang dan masih terjadi pada saat ini.

E. Motivasi Bekerja

Psikologi adalah sebuah cabang ilmu pengetahuan yang di dalamnya membahas mengenai perubahan atau perkembangan perilaku, sikap, mental dan kejiwaan seseorang dalam hubungannya dengan masyarakat yang lainnya. Aspek psikologi ini sendiri sering kali bersinggungan dengan semua aspek dalam kehidupan kita sehari-hari dalam hal apapun, namun pada kebanyakan kasus kita tidak menyadarinya, mungkin saja memang karena tidak mengerti bahwasanya setiap aspek kehidupan kita selalu identik dengan aspek psikologi ini.

Salah satu peranan psikologi yang dapat kita rasakan manfaatnya adalah dalam hal manajemen Sumber Daya Manusia, seperti yang sudah kita ketahui bersama, Sumber Daya Manusia (SDM) adalah individu produktif dalam bekerja. Salah satu peranan psikologi dalam manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) adalah meningkatkan motivasi dan moral. Dengan menerapkan psikologi dalam manajemen

sumber daya manusia, maka psikologi ini dapat meningkatkan motivasi dan moral dalam bekerja untuk kearah yang lebih baik.

Chukwuma & Obiefuna (2014) Motivasi adalah proses membangkitkan perilaku, mempertahankan kemajuan perilaku, dan menyalurkan perilaku tindakan yang spesifik. Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa Motivasi kerja adalah suatu proses dimana kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ke tercapainya tujuan tertentu dan untuk memenuhi beberapa kebutuhan. Berikut adalah Beberapa aspek motivasi kerja menurut Munandar (2001):

1. Adanya kedisiplinan

Sikap tingkah laku atau perbuatan untuk melakukan aktivitas-aktivitas kerja yang sesuai dengan pola-pola tertentu.

2. Kepercayaan diri

Perasaan yakin yang dimiliki terhadap kemampuan dirinya.

3. Tanggung jawab



Tanggung jawab dalam melakukan pekerjaan Suatu kesadaran pada individu untuk melaksanakan kewajiban atau pekerjaan, diiringi rasa keberanian menerima segala resiko, inisiatif yang besar dalam menghadapi kesulitan terhadap pekerjaan dan dorongan yang besar untuk menyelesaikan apa yang harus dan patut diselesaikan

Motivasi kerja tentu sangatlah dibutuhkan dalam meningkatkan SDM, dengan memiliki motivasi kerja, maka individu dapat melakukan pekerjaan dengan baik, terarah dan terencana serta dapat meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM).

Motivasi kerja sangat berpengaruh terhadap kinerja seseorang dalam bekerja, terutama pada masa pandemi COVID-19 saat ini. Pada masa pandemi saat ini, banyak pekerja yang dirumahkan bahkan terkena PHK. Namun, seharusnya hal tsb tidak membuat semangat bekerja seseorang terutama pada masyarakat Pedukuhan Karya Abadi, Riau menjadi menurun, terutama masih banyak pekerjaan yang dapat dilakukan tanpa harus mendatangi suatu tempat. Misal contohnya saja, jika kita memiliki keahlian dalam editing, seperti halnya editor foto, hal tsb bisa dijadikan sebagai pekerjaan dari rumah untuknya. Dengan menawarkan jasa edit foto, hal tsb bisa dilakukan secara promosi melalui media online seperti instagram, WhatsApp, dan sebagainya.

Dibuatnya program kerja berupa psikoedukasi SDM ini ialah tidak lain untuk bisa lebih meningkatkan motivasi bekerja pada masyarakat Pedukuhan Karya Abadi, sehingga hal tsb mampu membuat masyarakat menjadi lebih produktif. Maka, adanya motivasi kerja sangatlah penting untuk tetap membuat seseorang menjadi produktif pada apapun yang dilakukannya,

sehingga menjadi membawa manfaat yang positif bagi dirinya maupun lingkungan sekitarnya.

F. Stop Kecanduan Gadget

Sekarang ini merupakan zaman di mana kemajuan teknologi semakin berkembang pesat

yang dapat mempengaruhi kepribadian pada diri seseorang dan salah satu teknologi yaitu gadget. Gadget adalah perangkat elektronik yang digunakan untuk kebutuhan dalam internet, dimana gadget saat ini dirancang begitu kompleks dan dalam seiring perkembangan jaman gadget semakin canggih. Begitu dengan manusia yang menciptakan gadget mereka

semakin canggih untuk menciptakan aplikasi-aplikasi yang membuat konsumennya tergiur untuk membeli dan berdasarkan hasil penelitian, kecanduan gadget dapat mengubah zat kimia otak yang pada akhirnya memengaruhi kondisi fisik psikologis dan perilaku seseorang.

Kecanduan gadget ini sering terjadi pada anak-anak yang menjadi konsumen aktif, karena anak-anak menjadi target besar selain itu, anak-anak juga sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan. Apalagi kondisi pandemik covid seperti saat ini banyak sekali anak-anak yang sering berada dirumah saja sehingga dapat menyebabkan intensitas kecanduan gadget



semakin tinggi. Sebelum lebih jauh dari pembahasan, terdapat ciri-ciri yang dapat dikatakan kecanduan gadget adalah Seseorang dikatakan sudah kecanduan gadget apabila sebagian besar waktunya dihabiskan untuk menggunakan gadget, seperti *smartphone*, tablet, laptop, atau *portable gaming device*. Istilah untuk kondisi ini adalah *nomophobia (no mobile phobia)*, yang berarti ketakutan untuk aktivitas sehari-hari tanpa *smartphone* maupun gadget dalam bentuk lainnya.

Sehingga dengan adanya kejadian seperti ini perlu dilakukan psikoedukasi untuk mencegah adanya kecanduan gadget di lingkungan masyarakat di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau. Di situasi seperti saat ini, kelompok KKN kami membuat program kerja yaitu psikoedukasi kecanduan gadget yang sering terjadi terutama di kalangan anak-anak di usia dini melalui media poster, yang bertujuan untuk memberi edukasi dan pengetahuan bagaimana dampak positif dan negatif dari gadget.

Selain itu, dampak kecanduan gadget dari segi fisik yaitu, masalah pada mata, nyeri pada bagian tubuh tertentu, infeksi, kurang tidur sedangkan dampak kecanduan gadget dari segi psikologis adalah menjadi lebih mudah marah dan panik, stress, merasa kesepian karena berjam-jam menghabiskan waktu tanpa bersosialisasi dengan orang lain, sulit fokus atau berkonsentrasi ketika belajar atau bekerja. Dampak ini sangat mempengaruhi seseorang dalam kehidupannya.

Dalam hal ini, dapat diketahui dampak keuntungan dari gadget adalah dapat mengakses internet untuk menambah ilmu pengetahuan selain itu bisa chatting atau mempermudah komunikasi dan memperluas jaringan pertemanan, gadget sudah canggih untuk melihat dan membaca berita online yang langsung dibuat dalam media yang sudah menjadi aplikasi, seperti aplikasi Kompas, DetikNews dan sebagainya. Sehingga memudahkan

mereka dapat membacanya lewat gadget dan kapan pun mereka akan membacanya, sedangkan kerugian dari gadget adalah biasa menghambat kehidupan normal menjadi rusak, artinya menghambat semua aktifitas yang biasa dilakukan akan lebih lemot alias lambat dalam selesai, seperti menghambat memahami pelajaran. Banyak waktu yang terbuang dengan gadget jika gadget itu digunakan untuk media social seperti facebookan, twitteran atau melihat aplikasi yang tidak bermanfaat resiko terkena radiasi dan risiko penyalahgunaan.

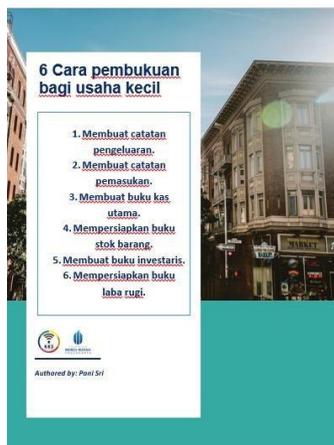
Kecanduan gadget sangat berbahaya sekali apalagi pada anak usia dini yang terus menerus menggunakan gadget untuk bermain game. Dari hal ini, kelompok kkn kami memberi edukasi tentang stop kecanduan gadget dengan memberi cara pencegahan agar tidak kecanduan gadget yaitu dengan memperbanyak sosialisai dengan teman dan orang-orang terdekat, mematikan gadget 30 menit sebelum tidur, menghapus beberapa aplikasi yang membuat kamu kecanduan, memberikan batasan waktu untuk menggunakan gadget, gadget diganti dengan buku-buku, menyimpan gadget di dalam tas saat sedang bepergian dan mengetahui dampak dari kecanduan gadget. Sehingga dapat meminimalisirkan anak-anak terhindar dari dampak negatif gadget. Dengan media poster yang kami lakukan adalah salah satu cara efektif, sehingga masyarakat di Dusun Karya Bakti, Desa Salak Provinsi Riau bisa mendapatkan informasi poster dengan penjelasan yang dilakukan dan pembagian poster kepada masyarakat. Dengan situasi seperti saat ini membuat kelompok kami merasa sedikit kesulitan dalam mengedukasi sehingga melalui media poster dan disebar. Kegiatan yang kami lakukan mendapatkan sambutan yang baik dari masyarakat sendiri yang telah membaca poster tentang kecanduan gadget.

Kami berharap agar orang tua untuk selalu berhati-hati dan lebih mengawasi anak-anaknya dalam menggunakan gadget dalam kehidupan sehari-hari dengan cara mengajak anak saling mengobrol atau membatasi anak dalam menggunakan gadget.

G. 6 Cara pembukuan akuntansi bagi usaha kecil

1. Membuat buku catatan pengeluaran

Saat awal membuka usaha, anda dapat membuat buku terpisah yang khusus mencatat pengeluaran. Segala jenis pengeluaran dan belanja perlu anda catat mulai dari operasional, bahan baku, sampai gaji karyawan bisa anda catat secara kontinyu dan jelas. Catatan pengeluaran akan membuat anda tahu besarnya modal usaha yang sudah dikeluarkan. Jika anda sudah tau maka mudah kiranya menetapkan target serta merencanakan kapan modal akan kembali.



2. Membuat buku catatan pemasukan

Setelah mencatat pengeluaran, maka anda dapat mulai membuat buku kas pemasukan. Nantinya, buku pemasukan ini dapat dipakai untuk mencatat semua transaksi yang ada kaitannya dengan pemasukan perusahaan. Beberapa contoh pemasukan adalah jumlah penjualan produk per hari atau piutang yang sudah dibayarkan. Catatan ini harus kontinyu dilakukan setiap harinya. Sebab, akan memudahkan anda

membuat pembukuan bulanan. Buku kas pengeluaran dan pemasukan yang dicatat serta tertib akan membuat anda tahu berapa jumlah keuntungan yang didapatkan perharinya.

3. Membuat buku kas utama

Langkah selanjutnya untuk membuat pembukuan sederhana adalah dengan membuat buku kas utama. Buku ini dibuat dengan menggabungkan transaksi buku kas pemasukan dan pengeluaran. Penggabungan ini bertujuan agar anda bisa tahu dengan jelas keuntungan atau kerugian dari perusahaan. Dengan buku kas utama ini, anda juga dapat menentukan besaran anggaran dari perusahaan terkait uang masuk dan keluar. Estimasi dari arus kas juga penting dalam perencanaan serta strategi perusahaan jika pada hari mendatang ada biaya yang tidak terduga yang harus dikeluarkan.

Semisal, saat ada estimasi kekurangan dari uang kas perusahaan. Maka anda dapat menaikkan target dengan segera maupun mengurangi biaya pengeluaran. Untuk hasil pencatatan arus kas utama, maka anda perlu melakukan secara seksama dan kontinyu.

4. Membuat buku stok barang

Dalam pembukuan sederhana, anda juga perlu menambahkan buku stok barang. Transaksi yang tercatat tidak hanya yang ada kaitannya dengan uang melainkan juga barang. Catatlah secara kontinyu berapa jumlah barang yang masuk maupun keluar setiap harinya. Tingkat penjualan yang semakin tinggi akan meningkatkan intensitas jumlah barang yang masuk dan keluar.

Buku stok barang akan memudahkan anda untuk memonitor serta mengawasi persediaan barang dalam perusahaan. Terlebih apabila kedepannya anda menargetkan

mempunyai beberapa cabang dikota yang berbeda. Buku stok barang akan membantu anda dalam menyusun manajemen gudang lebih baik serta optimal. Buku stok barang juga akan membantu anda menghindari kecurangan yang mungkin dilakukan supplier serta pegawai perusahaan.

5. Membuat buku inventaris barang

Buku inventaris barang juga perlu anda catat dalam pembukuan sederhana. Semua barang perusahaan yang diurus dan sudah dibeli perlu dicatat, termasuk juga barang yang dibeli melalui anggaran belanja atau hibah dan sumbangan. Catatan inventaris barang akan memudahkan anda menjaga asset perusahaan supaya tetap dibawah kendali. fungsi lain buku inventaris barang meliputi:

- a. Mempunyai buku tertulis mengenai pengelolaan barang agar bisa dipertanggungjawabkan.
- b. Memudahkan kegiatan mutasi serta penghapusan barang.
- c. Memudahkan untuk mengecek barang.
- d. Mencegah barang tidak mudah hilang.
- e. Memudahkan dalam pengawasan.

6. Membuat buku laba rugi

Tidak boleh luput dari pembukuan sederhana adalah buku laba rugi. Yang mana buku ini dipakai untuk mencatat pendapatan serta beban perusahaan dalam periode waktu tertentu. Pencatatan membuat anda lebih tau apakah perusahaan sedang dalam kondisi mempunyai profit atau justru merugi. Perusahaan dengan skala yang lebih besar memiliki laporan laba rugi yang berfungsi untuk menentukan nilai investasi serta memprediksi jumlah arus kas pada masa mendatang. Apakah anda merupakan pembisnis pemula, maka anda dapat membuat buku laba

rugi yang sederhana supaya mudah dipahami. Sebab, buku yang berantakan akan mempersulit anda dihari yang akan datang. Fungsi lain dari buku laba rugi diantaranya:

- a. Untuk referensi dalam mengevaluasi strategi serta langkah yang perlu dilakukan perusahaan pada periode yang akan datang.
- b. Mengetahui efektifitas strategi serta langkah yang telah dilakukan.
- c. Memberi informasi jumlah pajak yang perlu dibayarkan perusahaan.
- d. Mengetahu laba serta rugi pada satu periode.

H. Pembuatan Pupuk Organik Cair (POC)

Pupuk organik adalah pupuk yang berperan dalam meningkatkan aktivitas biologi, kimia, dan fisik tanah sehingga tanah menjadi subur dan baik untuk pertumbuhan tanaman. Saat ini sebagian besar petani masih tergantung pada pupuk anorganik karena pupuk anorganik mengandung beberapa unsur hara dalam jumlah yang banyak. Pupuk anorganik digunakan secara terus-menerus dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi tanah yaitu dapat menyebabkan tanah menjadi cepat mengeras, kurang mampu menyimpan air dan cepat menjadi asam yang pada akhirnya menurunkan produktivitas tanaman.



Pupuk organik terdapat dalam bentuk padat dan cair. Kelebihan pupuk organik cair adalah unsur hara yang terdapat di dalamnya lebih mudah diserap tanaman. Pupuk organik cair adalah larutan hasil dari pembusukan bahan-bahan organik yang berasal dari sisa tanaman, kotoran hewan dan manusia yang kandungan unsur haranya lebih dari satu unsur. Pada umumnya pupuk cair organik tidak merusak tanah dan tanaman meskipun digunakan sesering mungkin. Selain itu, pupuk cair juga dapat dimanfaatkan sebagai aktivator untuk membuat kompos.

Pupuk organik cair dapat dibuat dari beberapa jenis sampah organik yaitu sampah sayur busuk, sisa sayuran busuk, sisa nasi, sisa ikan, ayam, kulit telur, sampah buah seperti anggur, kulit jeruk, apel, urine ternak dan lain-lain. Bahan organik busuk seperti sisa buah dan sayuran merupakan bahan baku pupuk cair yang sangat bagus karena selain mudah terdekomposisi, bahan ini juga kaya akan hara yang dibutuhkan tanaman. Semakin tinggi kandungan selulosa dari bahan organik, maka proses penguraian akan semakin lama.

Pupuk organik cair merupakan salah satu jenis pupuk yang banyak beredar di pasaran. Pupuk organik cair kebanyakan diaplikasikan melalui daun yang mengandung hara makro dan mikro esensial (N, P, K, S, Ca, Mg, B, Mo, Cu, Fe, Mn, dan bahan organik). Pupuk organik cair mempunyai beberapa manfaat diantaranya dapat mendorong dan meningkatkan pembentukan klorofil daun sehingga meningkatkan kemampuan fotosintesis tanaman dan penyerapan nitrogen dari udara, dapat meningkatkan vigor tanaman sehingga tanaman menjadi kokoh dan kuat, meningkatkan daya tahan tanaman terhadap kekeringan, merangsang pertumbuhan cabang produksi, meningkatkan pembentukan bunga dan bakal buah, mengurangi gugurnya daun, bunga, dan bakal buah. Manfaat dan kelebihan

dari POC antara lain:

1. Kandungan unsur hara makro dan mikro lengkap, tetapi jumlahnya sedikit
2. Dapat memperbaiki keadaan struktur tanah, sehingga kondisi tanah menjadi gembur
3. Mempunyai daya simpan air/water holding yang tinggi
4. Ada beberapa jenis tanaman yang jika diberi pupuk organik cair Akan tahan terhadap serangan penyakit
5. Meningkatkan aktivitas mikroorganisme tanah yang menguntungkan bagi budidaya tanaman
6. Mempunyai efek residu yang positif, sehingga tanaman yang akan ditanam pada musim berikutnya pertumbuhan dan produktivitasnya akan tetap baik

Kekurangan pupuk POC antara lain:

1. Kandungan hara yang relatif lebih kecil sehingga memerlukan jumlah yang besar dalam penggunaannya.
2. Dalam jangka pendek, respon tanaman terhadap pemberian pupuk organik tidak secepat pemberian pupuk anorganik.
3. Diperlukan pengolahan bahan organik menjadi pupuk sebelum diaplikasikan pada tanaman. Sehingga memerlukan biaya, waktu dan tenaga dalam pembuatannya.

Cara membuat:

1. Menyiapkan alat berupa
 - Botol 1,5 liter
 - Ember
 - Pengaduk

2. Menyiapkan bahan berupa:
 - Urin sapi 1 liter
 - EM4 pertanian 200 ml
 - Gula merah (dilarutkan dengan air) 200 ml

3. Cara pembuatan:
 - Memasukkan EM4 dan gula merah 1:1 (200 ml : 200 ml) ke dalam ember
 - Memasukkan urin sebanyak 1 liter ke dalam ember, kemudian diaduk sampai homogeny
 - Memasukkan cairan ke dalam botol 1,5 liter, ditutup rapat. Kemudian diamkan selama 2 minggu

I. Pembuatan Silase Gedebung Pisang

Penyediaan pakan merupakan salah satu masalah yang sering dihadapi dalam usaha peternakan. Pakan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan ternak baik untuk hidup pokok, pertumbuhan, reproduksi dan produksi, sehingga penyediaan pakan yang baik dalam jumlah yang cukup merupakan salah satu faktor yang menopang dalam keberhasilan usaha peternakan.

Ketersediaan pakan di daerah tropis secara umum sangat bergantung pada musim, kualitas yang rendah dan kontinuitasnya tidak stabil karena pada musim kemarau terjadi kekurangan pakan dan sebaliknya pada musim penghujan pakan akan melimpah. Kesulitan penyediaan pakan



juga terjadi di Provinsi Riau. Salah satu cara mengatasi masalah ketersediaan pakan adalah dengan penggunaan bahan pakan alternatif.

Pisang merupakan pohon jenis terna (pohon dengan batang yang lunak dan tidak berkayu) dari suku Musaceae dengan batang yang kuat dan daun-daun yang besar memanjang berwarna hijau tua. Batang pisang dibedakan menjadi dua macam yaitu batang asli yang disebut bonggol dan batang semu atau batang palsu. Bonggol berada dipangkal batang semu dan berada dibawah permukaan tanah, memiliki banyak mata tunas yang merupakan calon anakan dan tempat bertumbuhnya akar. Batang semu tersusun atas pelepah-pelepah daun yang saling menutupi, tumbuh tegak dan kokoh serta berada diatas permukaan tanah (Saparinto dan Susiana, 2016).

Dilihat dari ketersediaan nutrien yang ada pada batang dan bonggol pisang serta besarnya potensi limbah tersebut, untuk dapat dimanfaatkan sebagai bahan pakan alternatif yang tersedia sepanjang tahun maka dapat dilakukan teknologi pengawetan. Pengawetan merupakan salah satu cara untuk mengatasi kekurangan pakan di musim kemarau, salah satu teknik pengawetan adalah silase. Silase merupakan hasil pengawetan Hijauan Makanan Ternak (HMT) atau bahan-bahan lain melalui suatu proses fermentasi yang dibantu oleh jasad renik dalam kondisi anaerob (tanpa oksigen) baik dengan penambahan atau tanpa penambahan bahan pengawet (Simanihuruk & Sirait 2010; Balitbang, 2013).

Silase adalah metode pengawetan hijauan berdasarkan pada proses fermentasi asam laktat yang terjadi dalam kondisi anaerob. Produk akhir yang paling diharapkan dari proses silase adalah asam asetat dan asam laktat. Produksi asam selama proses fermentasi akan menurunkan pH pada material hijauan sehingga

dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme lain yang tidak diinginkan (Weinberg & Muck, 1996; Merry et al., 1997).

Keberhasilan proses pembuatan silase tergantung tiga faktor utama, yaitu ada tidaknya serta besarnya populasi asam laktat, sifat-sifat fisik dan kimiawi bahan hijauan yang digunakan serta keadaan lingkungan (Sumarsih & Waluyo, 2002). Pembuatan silase sering ditambahkan dengan bahan tambahan (aditif) berupa molases untuk meningkatkan asam laktat. Molases merupakan produk sampingan selama proses pemutihan gula pada industri gula tebu dan molases tidak dapat lagi dibentuk menjadi sukrosa namun masih mengandung gula dengan kadar tinggi 50-60%, asam amino dan mineral (Mades et al., 2013). Kusmiati et al. (2007) menambahkan molases mengandung nutrisi cukup tinggi untuk kebutuhan bakteri, sehingga dijadikan bahan alternatif sebagai sumber karbon dalam media fermentasi.

Mengapa harus silase? Membuat silase merupakan salah satu cara untuk mengawetkan pakan ternak, dapat digunakan dalam jangka waktu yang terbilang lama, yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, bahkan 1 tahun apabila dibuat dan disimpan dengan cara yang benar. Walaupun pakan silase telah disimpan lama tetapi kandungan nutrisinya tidak berkurang banyak dan tetap mampu memenuhi kebutuhan ternak. Silase dapat dimanfaatkan ketika menjelang musim kemarau dimana hijauan sulit didapatkan. Cara pembuatan silase terbilang sangat sederhana dan mudah, dengan menggunakan bahan-bahan yang ada di sekitar kita, semisalnya adalah gedebung pisang. Berikut adalah cara pembuatannya:

1. Menyiapkan alat, dapat berupa:
 - Golok atau arit
 - Ember
 - Plastik

- Tali
2. Menyiapkan bahan, dapat berupa:
 - Gedebong Pisang
 - Em4 Peternakan
 - Molases/tetes tebu
 - Dedak
 - Garam
 - Air
 3. Menyiapkan alat dan bahan
 - Memotong kecil gedebong pisang di alasi menggunakan plastik besar
 - Mencampurkan 1 liter air dengan tetes tebu sebanyak 10 ml (2-3 tutup botol), molases 10 ml (2 tutup botol). Aduk sampai tercampur rata
 - Menaburi ½ Kg dedak padi di atas gedebong pisang yang telah dipotong-potong. Aduk Sampai menyatu
 - Menambahkan larutan (pada point 3) ke gedebong pisang, aduk perlahan samai rata
 - Memasukkan campuran ke dalam plastik kemudian ikat plastik dengan tali, pastikan tidak ada udara di dalam plastik secara anaerob/tanpa udara
 - Simpan plastik di dalam ember dan diamkan selama 21 hari tanpa di buka

J. Optimasi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19 Pemasaran

Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Finansial, operasional, akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan akan produk dan jasa sehingga perusahaan bisa menghasilkan keuntungan. Harus ada pendapatan laba yang didapat. Banyak perusahaan kini telah menciptakan posisi *Chief Marketing Officer* atau (CMO) untuk meletakkan pemasaran pada posisi yang lebih setara dengan eksekutif tingkat C lainnya seperti, *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Financial Officer* (CFO). Inti dari Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasara pasar serta tujuan perusahaan. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.



Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customers value. Yang berarti manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Agar perusahaan tumbuh berkembang tentulah suatu perusahaan harus menentukan strategi pemasaran, untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif diperlukan kombinasi dari elemen bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat beberapa variabel yang saling berhubungan. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi) :

- Produk (*product*), merupakan segala sesuatu yang ditawarkan di pasar dan menimbulkan perhatian, pemilihan, konsumsi untuk memuaskan konsumen.
- Harga (*price*), merupakan satu-satunya variabel bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Karena konsumen diharuskan membayar sejumlah uang untuk mendapatkan barang tersebut. Penetapan harga oleh pihak produsen dilakukan dalam 2 cara yaitu: harga eceran dan harga grosir, disamping itu masih diberikan berupa potongan harga, kelonggaran dalam pembayaran dengan persyaratan kredit dan sebagainya.
- Tempat (*place*), merupakan seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan pemasaran (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk barang atau jasa dan status kepemilikannya dari produsen konsumen.

- Promosi (*promotion*), merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya.

1. Promosi

Promotion is refers to activities that communicate the merit of the product and persuade target customers to buy it. Maksud dari definisi tersebut adalah aktifitas yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk yang akan dijual kepada konsumen potensial. Selain untuk mengkomunikasikan informasi mengenai suatu produk, promosi juga digunakan sebagai sarana untuk membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk.

Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Berdasarkan definisi di atas promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Dalam mengkomunikasikan produknya ke konsumen, perusahaan dapat melakukannya melalui beberapa alat promosi yang dikenal dengan bauran promosi. Bauran promosi adalah seperangkat alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen. Pengertian masing-masing alat promosi sebagai berikut.

- a. *Advertising* (periklanan)
Setiap dibayar dari presentasi nonpersonal dan promosi, ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, satelit, nirkabel), media elektronik (rekaman, rekaman video, videodisk, CD-ROM, halaman web), dan media display (billboard, tanda-tanda, poster).
- b. *Sales Promotion* (promosi penjualan)
Berbagai intensif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi pelanggan seperti (sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan seperti (iklan dan display tunjangan), dan bisnis dan penjualan pasukan promosi (kontes untuk repetisi dijual).
- c. *Event and Experiences* (acara dan pengalaman)
Kegiatan dan program yang dirancang untuk menciptakan harian perusahaan yang disponsori atau khusus terkait merek interaksi dengan konsumen, termasuk olahraga, seni, entertainment, dan acara couse serta kegiatan yang kurang formal.
- d. *Publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas)
Sebuah variety program diarahkan secara internal untuk employees perusahaan atau eksternal untuk pelanggan, bentuk-bentuk lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan produk citra perusahaan atau komunikasi produk individu.
- e. *Online and Social Media Marketing* (secara online dan media sosial pemasaran)
Kegiatan online dan program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan langsung atau

tidak langsung meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau menimbulkan penjualan produk dan layanan.

- f. *Mobile Marketing* (pergerakan pasar)
Suatu bentuk khusus dari pemasaran online yang menempatkan komunikasi pada ponsel konsumen seluler, ponsel pintar, atau tablet.
 - g. *Direct and database marketing* (basis data pemasaran dan langsung)
Penggunaan mail, telpon, fax email, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta tanggapan atau dialog dari pelanggan tertentu dan prospek.
 - h. *Personal Selling* (penjualan secara pribadi/langsung)
Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon karyawan untuk tujuan membuat presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.
2. *Digital Marketing* (Pemasaran Digital)

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, dan berbagai macam jaringan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Line, dan Whatsapp). *Digital marketing* adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama

oleh perusahaan-perusahaan.

Social media marketing adalah salah satu bentuk pemasaran menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, brand, atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut. *Social media marketing* adalah sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi di dalamnya untuk tujuan pemasaran. Media sosial sebagai sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dengan perusahaan dan sebaliknya. variabel *social media marketing* terdiri dari *content creation*, *content sharing*, *connecting*, dan *community building*. Adapun variabel social media marketing adalah sebagai berikut:

a. *Content Creation*

Konten yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan pemasaran media sosial. Konten yang dibuat harus menarik serta harus mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh target konsumen.

b. *Content Sharing*

Membagikan konten kepada komunitas sosial dapat membantu memperluas jaringan sebuah bisnis dan memperluas online audience. Berbagi konten dapat menyebabkan penjualan tidak langsung dan tidak langsung tergantung pada jenis konten yang dibagikan.

c. *Connecting*

Jejaring sosial memungkinkan seseorang bertemu dengan lebih banyak orang yang memiliki minat yang sama. Jaringan yang luas dapat membangun hubungan yang dapat menghasilkan lebih banyak bisnis. Komunikasi

yang jujur dan hati-hati harus diperhatikan saat melakukan *social networking*.

d. *Community Building*

Web sosial merupakan sebuah komunitas online besar individu dimana terjadi interaksi antar manusia yang tinggal di seluruh dunia dengan menggunakan teknologi. Membangun komunitas di internet yang memiliki kesamaan minat dapat terjadi dengan adanya *social networking*.

3. Implementasi *Digital Marketing*

a. *Digital Marketing* melalui media Facebook

Aplikasi digital marketing pada Facebook dapat berguna sebagai cara untuk meningkatkan kinerja penjualan produk, anda dapat melakukan promosi dengan cara bergabung dengan laman-laman atau group yang tersedia sehingga cakupan wilayah pemasaran dapat meluas dan mudah diakses oleh masyarakat. Melalui media ini produsen dapat melakukan kegiatan pemasaran secara online dengan menyertakan informasi produk serta hashtag agar dapat tersebar luas dikalangan masyarakat dan konsumen. Promosi dilakukan melalui Facebook, dengan membuat suatu unggahan tentang informasi produk seperti deskripsi produk, harga, dan gambar yang dibuat menarik agar konsumen memiliki daya tarik terhadap produk. Pada aplikasi Facebook juga terdapat halaman yang berguna untuk mengunggah produk-produk yang dihasilkan supaya memudahkan konsumen untuk mencari informasi. Penulis juga merekomendasikan solusi untuk pemilik perusahaan bergabung dengan group kuliner yang ada pada

Facebook guna memperluas cakupan promosi produk yang dihasilkan.

b. *Digital Marketing* melalui media Instagram

Aplikasi digital marketing pada Instagram dapat berupa kegiatan promosi produk dengan membuat Instagram Stories, unggahan, atau video tentang informasi-informasi terkait produk yang dihasilkan dan promosi dibuat menarik. Promosi juga dilakukan melalui media sosial Instagram, pada promosi Instagram diharapkan mampu menarik lebih banyak daya beli konsumen pada produk. Promosi yang dilakukan adalah dengan membuat periklanan melalui Instagram Stories agar konsumen dapat mengetahui informasi produk terkait harga dan bukti fisik produk. Unggahan yang terdapat pada Instagram dibuat menarik dan persuasif agar menarik minat konsumen. Pada masa pandemi ini konsumen cenderung lebih menyukai belanja online karena praktis dan dapat tetap tetap dirumah. Promosi produk yang dilakukan yakni konsumen dapat melakukan pemesanan produk melalui instagram atau Direct Message yang tersedia dengan menyertakan nama, alamat, dan produk yang diinginkan. Pengiriman produk akan dilakukan dengan ekspedisi seperti JNE atau J&T yang sesuai dengan tujuan pengiriman konsumen.

c. *Digital Marketing* melalui media Web Site

Aplikasi digital marketing melalui web site didalamnya memuat informasi terkait profil perusahaan, dan produk yang dihasilkan. Konsumen dapat mengakses berbagai informasi melalui web site resmi perusahaan. Promosi juga dilakukan pada Web Site, penulis merekomendasikan agar Web Site lebih dimanfaatkan

dengan maksimal. Informasi-informasi pada Web Site belum maksimal sehingga konsumen kekurangan mengumpulkan informasi terkait perusahaan. Informasi dapat ditambah berupa alamat lengkap perusahaan, jenis-jenis produk yang dihasilkan, deskripsi perusahaan, dan alamat email atau media sosial yang dimiliki perusahaan serta nomor telepon yang dapat dihubungi oleh konsumen. Kelengkapan informasi tersebut mempengaruhi minat daya beli konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Konsumen dapat mengakses berbagai macam informasi melalui Web Site yang tersedia.

d. *Digital Marketing* melalui media Market Place

Aplikasi digital marketing melalui market place (shopee, bukalapak, tokopedia, bli-bli, dll) promosi penjualan dilakukan secara langsung dengan konsumen hanya saja melalui media online. Pemanfaatan market place sebagai media pemasaran produk berguna sebagai peningkatan penjualan karena terdapat potongan harga yang menarik daya beli konsumen. Penulis merekomendasikan solusi untuk memanfaatkan market place yang tersedia dengan maksimal. Pemanfaatan market place di masa pandemi ini memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja penjualan perusahaan. Promosi pada market place juga dapat dilakukan dengan mengaitkan pada media sosial agar konsumen mengetahui bahwa produk Jenang tersedia pada Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia. Adanya market place diharapkan memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Pada market place harga yang diberikan juga berbeda,

terdapat selisih harga yang jauh lebih mahal daripada harga asli. Perbedaan harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk, karena terdapat potongan harga dan gratis ongkos kirim untuk pembelian produk tertentu.

Strategi Produk

Strategi produk adalah strategi yang dilakukan perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan dan berhubungan dengan atribut produk yang melekat pada produk. Adapapun beberapa tingkatan produk (*Level Of Product*) adalah sebagai berikut :

1. Level Of Product

- a. *Core Benefit*, Level paling fundamental di dalam produk, bagian ini menjelaskan mengenai produk dikonsumsi secara umum untuk apa. Contoh: produk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan.
- b. *Generic Product*, produk dasar yang dapat memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan minimal produk agar dapat berfungsi). Contoh produk yang dikonsumsi sehari-hari telah bersertifikasi BPOM dan berlabel halal atau aman untuk dikonsumsi.
- c. *Expected Product*, produk formal yang ditawarkan dengan berbagai macam atribut dan kondisi yang normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli. Contoh kualitas produk yang dikonsumsi memiliki keamanan dan aman.
- d. *Augmented Product*, berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan berbagai layanan dan manfaat, sehingga dapat menambah kepuasan dan dapat menjadi pembeda dengan produk pesaing. Contoh

kemasan produk yang menarik serta teknik Packaging yang memenuhi syarat dan terjamin keamanannya. Kemasan logo atau merek produk sehingga berbeda dari pesaing.

- e. *Potensial Product*, segala bentuk perubahan dan tambahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa yang akan datang. Contoh kemasan produk dibuat dengan menarik dan ramah lingkungan dan tetap menghadirkan citre merek yang baik bagi konsumen.

2. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk ElsheSkin berdasarkan wujud, ketahanan, dan tujuan adalah:

- a. *Intangible Goods*, produk yang tidak dapat dilihat secara langsung, tetapi dapat merasakan manfaatnya setelah konsumen menggunakan jasa tersebut. Contoh perusahaan menyediakan layanan jasa yang memberikan manfaat bagi konsumen atau pengguna jasa.
- b. *Tangible Goods*, produk nyata yang dapat diamati langsung oleh panca indera manusia.
- c. *NonDurable Goods*, barang nyata yang dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan. Non durable goods bersifat tidak tahan lama serta strategi pemasaran yang dilakukan yakni menyediakan produk sebanyak mungkin di pasaran.
- d. *Consumer Goods*, barang yang dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau rumah tangga.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

1. Aktivitas dalam MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia)
 - a. Recruitmen, kegiatan perekrutan karyawan yang dilakukan untuk memenuhi job desc atau bagian kerja yang belum terisi sesuai dengan keahlian yang dimiliki masing-masing karyawan.
 - b. Seleksi, setelah proses recruitmen karyawan diseleksi sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh masing-masing karyawan dan ditempatkan pada keahlian masing-masing. Pelatihan dan pengembangan, berguna untuk melatih dan mengembangkan keahlian karyawan agar bekerja lebih optimal.
 - c. Pelatihan adalah program umum dalam pengembangan karyawan atau tenaga kerja.
 - d. Kompensasi, merupakan bentuk penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan guna memotivasi agar lebih meningkatkan kinerja yang lebih bagus. Kompensasi dapat berupa penambahan gaji, kenaikan tingkat jabatan, dan kepercayaan lebih dari pihak perusahaan.
 - e. Hubungan karyawan menuntut informasi yang tepat waktu dan akurat untuk pengambilan keputusan-keputusan.
2. Program Pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM)
 - a. Pelatihan Skill (Kemampuan)

Pelatihan keahlian atau skill training merupakan jenis pelatihan yang sering dilakukan pada setiap perusahaan. Program skill training relatif sederhana seperti menilai kebutuhan atau kekurangan dan kemudian diidentifikasi

melalui penilaian yang teliti. Program ini karyawan diuji kemampuannya masing-masing agar mudah menempatkan pada job desc masing-masing karyawan.

b. Pelatihan Tim

Pelatihan tim dilakukan dengan bekerja sama yang terdiri dari sekelompok individu untuk menyelesaikan pekerjaan demi tercapainya tujuan bersama dalam sebuah tim kerja. Pelatihan tim biasanya dilakukan di luar ruangan dengan menerapkan beberapa permainan namun tidak jarang pelatihan tim juga dilakukan di dalam kantor.

c. Pelatihan Tim

Pelatihan tim dilakukan dengan bekerja sama yang terdiri dari sekelompok individu untuk menyelesaikan pekerjaan demi tercapainya tujuan bersama dalam sebuah tim kerja. Pelatihan tim biasanya dilakukan di luar ruangan dengan menerapkan beberapa permainan namun tidak jarang pelatihan tim juga dilakukan di dalam kantor.

AKHIR PERJALANAN

Akhir dari perjalanan bukanlah akhir dari perjuangan. Akhir dari perjalanan ini merupakan langkah awal bagi masyarakat untuk tetap dan terus berjuang menghadapi badai corona secara mandiri. Semoga dengan mandiriya masyarakat dapat membuahkan hasil yang dapat dipertahankan. Semoga badai ini lekas berlalu, dan mengembalikan kehidupan seperti sedia kala.

LAMPIRAN

JADWAL KEGIATAN

No.	Nama Program	Waktu Pelaksanaan	Peserta/Sasaran	Penanggung Jawab
Program Utama				
1	Optimalisasi media sosial	Update setiap 3 hari selama masa KKN*	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim KKN 82
2	Optimalisasi media cetak	5 Agustus 2020**	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim KKN 82
Program Tambahan				
Bidang Psikologi				
3	Psikoedukasi menghadapi COVID-19	24 Juli 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi	Tim Psikologi
4	Pengembangan Sumber Daya Manusia (Online)	8 Agustus 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Psikologi
5	Edukasi Budaya Membaca (Online)	17 Agustus 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Psikologi
6	Psikoedukasi Kecanduan Gadget (Online)	20 Agustus 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Psikologi
7	Edukasi Kebersihan Lingkungan (Online)	30 Juli 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Psikologi
Bidang Peternakan				
8	Pelatihan pembuatan silase gedebung pisang	2 Agustus 2020	Peternak pada khususnya dan masyarakat umum	Tim Peternakan
9	Pelatihan pembuatan pupuk organik	14 Agustus 2020	Peternak dan petani pada khususnya dan masyarakat umum	Tim Peternakan

Bidang Akuntansi				
10	Mengajarkan pembukuan akuntansi	27 Juli 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Akuntansi
Bidang Ilmu Komunikasi				
11	Membuat iklan layanan masyarakat protokol kesehatan Covid-19	5 Agustus 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Ilkom
Bidang Manajemen				
12	Pelatihan manajemen pemasaran, produksi, dan SDM	11 Agustus 2020	Masyarakat Dusun Karya Abadi dan masyarakat umum	Tim Manajemen

Urutan Pelaksanaan :

1. Psikoedukasi menghadapi COVID-19 (24 Juli 2020)
2. Mengajarkan pembukuan akuntansi (27 Juli 2020)
3. Edukasi Kebersihan Lingkungan (Online) (30 Juli 2020)
4. Pelatihan pembuatan silase gedebung pisang (2 Agustus 2020)
5. Optimalisasi media cetak bersamaan dengan proker Membuat iklan layanan masyarakat protokol kesehatan Covid-19 (5 Agustus 2020)
6. Pengembangan Sumber Daya Manusia (Online) (8 Agustus 2020)
7. Pelatihan manajemen pemasaran, produksi, dan SDM (11 Agustus 2020)
8. Pelatihan pembuatan pupuk organik (14 Agustus 2020)
9. Edukasi Budaya Membaca (Online) (17 Agustus 2020)
10. Psikoedukasi Kecanduan Gadget (Online) (20 Agustus 2020)

DOKUMENTASI KEGIATAN











TENTANG PENULIS DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN



Ardhika Falaahudin adalah dosen pada program studi Ilmu Olahraga FKIP Universitas Mercubuana Yogyakarta sejak 2017. Lahir di Banjarnegara Jawa Tengah, 13 Mei 1988. Gelar Sarjana Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi (2010) dan Magister Ilmu Olahraga (2013) diperoleh dari Universitas Negeri Yogyakarta, gelar AIFO

(2019) diperoleh dari Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. Ia berminat pada kajian keilmuan Olahraga terutama untuk mengokohkan keilmuan Olahraga, minat lain adalah pembelajaran Ilmu Olahraga khususnya Renang. Beberapa artikel diterbitkan dalam jurnal ilmiah baik Internasional maupun Nasional dan disajikan dalam kegiatan-kegiatan ilmiah.

TENTANG PENULIS ANGGOTA KELOMPOK 82



Ade Fajar Prasetya lahir di Rukma Jaya, Kalimantan Barat pada tanggal 4 November 1997 pada hari Selasa, merupakan mahasiswa aktif Program Studi Peternakan, Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2017 dan kini sudah menempuh sebagai mahasiswa tingkat akhir. Dikesibukannya sebagai mahasiswa, di tanah perantauan Ade juga aktif mengikuti UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di UMB Yogyakarta, yaitu PSM Nafiri. Ade sangat antusias dalam mengikuti UKM tersebut, karena merupakan salah satu hobinya dalam tarik suara terutama paduan suara. Begitu banyak prestasi-prestasi yang ia dapatkan bersama tim PSM Nafiri dalam mengikuti kompetisi nasional maupun internasional. Prestasi-prestasi yang ia dapatkan bersama timnya adalah Meraih 2 medali emas dalam kompetisi Jogja-COFF 2019 dengan taraf internasional dan Meraih 2 medali perak dalam kompetisi Saptas Gita Jaya X Universitas Semarang 2018 dengan taraf nasional.



Melinda Indrawati lahir di Serang pada tanggal 26 Mei 1999, merupakan mahasiswa tingkat akhir di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, prodi Psikologi, angkatan 2017 merupakan lulusan dari SMAN 1 Cikande dan SMPN 1 Cikande. Melinda merupakan salah satu mahasiswa rantau dari Serang, juga merupakan mahasiswa yang bertempat tinggal di suatu

kost yang dekat dari kampus. Semasa kuliah, Melinda aktif di kegiatan luar kampus, salah satunya adalah Ventilasi Nusantara. Bagi Melinda, mengikuti salah satu kegiatan di luar kampus dapat memperluas relasi, pengalaman juga wawasan yang tidak hanya di dapatkan dari lingkup kampus. Selain itu, Melinda juga pernah berjualan berupa pakaian wanita pada online shop bersama dengan 3 teman nya di kampus. Karena, tidak ada salahnya jika mulai untuk memiliki uang sendiri di masa-masa sebelum mendapatkan pekerjaan, hal tsb dilakukan agar Melinda terlatih untuk secara finansial. Dari semua kegiatan yang dijalani termasuk kuliah mengambil jurusan Psikologi, semuanya sangat memiliki kesan masing-masing, terutama dalam menambah ilmu dan wawasan. Sehingga, apa yang dilakukan jika terencana dan positif akan membawa manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain, untuk saat ini maupun di masa yang akan datang.



Putri Yulianingsi Kales Tenggara, lahir di Taliwang 3 Juli 1999 merupakan mahasiswa peternakan semester 6 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Lulus dari SMAN 1 Taliwang. Semasa kuliah Putri aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa. Pernah menjadi bendahara umum selama

satu periode dan bergabung dalam kepanitiaan Penerimaan Mahasiswa Baru pada tahun 2019. Saat ini sedang menempuh kuliah semester 7.



Nurushikhah Handayani lahir di Jombang pada tanggal 14 Juni 1999, merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Lulus dari MTsN 4 Jombang pada tahun 2014 dan lulus dari MAN 1 Jombang pada tahun 2017. Saya tinggal di Jl. KH. Bisri Syansuri No.44 Denanyar Jombang Jawa Timur.

Alamat kos berada di Jl. Seturan Raya No.2 Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta. Semasa kuliah saya aktif dalam salah satu himpunan mahasiswa yang terdapat pada program studi yakni HIMAJ (Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen), dalam HMPS (Himpunan Mahasiswa Program Studi) tersebut saya menjabat sebagai anggota dalam dua periode kepengurusan. Periode pertama 2017/2018 saya menjabat

sebagai anggota divisi PSDM(Pemberdayaan Sumber Daya Manusia) dan di periode kedua 2018/2019 saya menjabat sebagai anggota divisi kewirausahaan. Banyak hal yang saya dapat dari kepengurusan tersebut seperti mudah berkomunikasi di depan umum sehingga memiliki public speaking yang lebih baik dari sebelumnya. Selain itu, saya mengikuti beberapa kepanitiaan dalam kampus seperti saat diadakannya acara penyambutan mahasiswa baru yakni malam keakraban, dalam kepanitiaan tersebut saya menjabat sebagai anggota dari divisi korlap. Kepanitiaan lain yang pernah saya ikuti adalah pada saat pemilihan ketua BEM Fakultas Ekonomi dan kepanitiaan seminar Fakultas Ekonomi.



Poni Sri lahir di Bagan Batu 16 Agustus 1999 merupakan mahasiswa aktif angkatan 2017 program studi Akuntansi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Lulusan SMAN 1 Bagan Sinembah tahun 2017. Semasa kuliah aktif dalam kegiatan mahasiswa dalam bidang olahraga yaitu beladiri taekwondo, tahun 2019 yang lalu sempat mengikuti kejuaraan taekwondo tingkat provinsi. Dan saat

ini sedang menempuh kuliah semester 7.



Nabela Kurnialita lahir di Madiun pada tanggal 08 Oktober 1998, berasal dari Kabupaten Madiun yang berada di Provinsi Jawa Timur merupakan mahasiswa semester 6 Program Studi Psikologi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan lulusan dari SD Kanigoro 03 Madiun pada tahun 2011, SMP Negeri 10 Madiun lulusan tahun 2014, serta lulusan SMA Negeri 6 Madiun pada tahun

2017. Di Yogyakarta bertempat tinggal di kos yang tidak jauh dari kampus Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Saya adalah anak terakhir dari dua bersaudara yang memiliki tinggi badan 160cm dan berat badan 45kg. Saya adalah orang yang bertanggung jawab dan mandiri dan dapat bekerja sama dengan tim sangat baik. Semasa sekolah, pada bangku SMA, Nabela Kurnialita pernah menjabat sebagai sekretaris pramuka di SMA Negeri 6 Madiun. Pada masa kuliah, Nabela Kurnialita sering mengikuti beberapa seminar nasional, yaitu salah satunya yang baru saja diikuti adalah Strategi Pemberdayaan Masyarakat Di Era Pandemi Covid-19, maupun workshop yang diadakan oleh kampus, serta mengikuti toefl yang dilakukan di kampus Universitas Mercu Buana Yogyakarta, sehingga mendapatkan wawasan yang lebih banyak dan bermanfaat untuk bakal kedepannya. Di kampus, saya dapat berbaur dengan teman-teman. Saya dapat dihubungi melalui via email abelak08@gmail.com.



Zonia Armandini Putri Lahir di Sorong, Papua Barat pada tanggal 01 juni 1998. Mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi , Universitas Mercu Buana Yogyakarta Tahun 2017 yang sekarang sedang menempuh semester 7. Membagi waktu kuliah dengan berkerja sebagai server atau pekerjaan apa saja yang

partime , dengan pekerjaan yang tidak tetap di sebuah caffe selama 9 bulan dan kadang menjaga vape store seminggu 3 hari, hal ini untuk mengisi waktu kosong dan membiayai uang kampus dan kost. Anak ketiga dari enam bersaudara yang lulus dari SMA Negeri 3 Model Kota Sorong. Setelah lulus melanjutkan pendidikan di Yogyakarta untuk mendapatkan gelar S1.



Eko Bagus Saputro, Lahir di Bogor pada tanggal 21-07-1999, merupakan mahasiswa aktif angkatan 2017 Program Studi Peternakan di Universitas Mercubuana Yogyakarta. Lulusan SMK N SPMA H.Moenadi Ungaran Tahun 2017, dengan jurusan ATPH (Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura).

Memiliki tinggi badan 163 cm dengan Berat badan 68kg, aktif dalam pengurusan bidang olahraga futsal angkatan. Memiliki sifat yang humoris dan dapat berbaur pada siapa saja dan dalam kondisi apapun, sehingga dapat mudah mengenalinya di prodi peternakan. Alamat tinggal saat ini di Jl.Gedong songo Rt.01/Rw.06 , Kelurahan Camdirejo, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang. Nomor Hp. 082225480056, Email : Ekobagus326@gmail.com



Nurul Huda lahir di Demak pada tanggal 15 Juni 1997 jenis kelamin laki-laki merupakan mahasiswa semester tingkat akhir Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Lulus SMPN 5 Demak pada tahun 2012 dan lulus dari SMAN 2 Demak di tahun 2015. Tinggi

badan saya 178 dan berat badan saya 70kg, Saya adalah anak pertama dari tiga bersaudara Saya adalah orang yang bertanggung jawab serta memikirkan suatu masalah secara terus-menerus jika masalah tersebut belum terselesaikan. Saya lebih suka bekerja dalam tim tetapi jika mendekati stress sering menyendiri dan terkadang tidak terbuka jika masalah tidak terselesaikan karena saya lebih suka hadir ketika masalah telah tercapai. Saya bisa dihubungi melalui via telepon di 082130802121 atau melalui via email sayanurulhudha@gmail.com. Saya saat ini kuliah di Universitas Mercu Buana Yogyakarta mengambil konsentrasi public relation Fakultas Ilmu Komunikasi selama kuliah saya tidak aktif berorganisasi Alasan saya karena saya sudah cukup untuk berbaur dengan organisasi diluar kampus, Saya juga lebih introvert di dunia kampus dibandingkan teman-teman lain mungkin itu bagian dari kelemahan saya sehingga sulit untuk mendapatkan teman banyak atau hanya mempunyai beberapa teman saja. Untuk hobi lebih suka ke sepakbola Walaupun ada beberapa juga kegiatan seperti membaca atau memasak yang juga saya suka, dalam bermain sepak bola pernah menjuarai turnamen u-15 di tingkat kabupaten dan sampai sekarang masih mengikuti latihan jika ada waktu senggang kuliah.

Badai Corona melanda seluruh penjuru negeri, menyebabkan porak porandanya segala aspek kehidupan. Badai yang kini semakin kejam membantai sebagian besar kaum negeri ini, menyebabkan panik luar biasa dari setiap individu. Tingkat penyebaran yang semakin hari semakin menjadi-jadi, di situ pula uluran tangan sang penyokong negeri dibutuhkan bagi mereka yang membutuhkan.

Sekilas cahaya penyelamat muncul di kegelapan badai yang menerjang. Sosok pahlawan pun kini muncul di dalam hati sang penyokong negeri, siap menerjang badai demi kaum yang kini panik. Tugas yang mereka emban adalah membangkitkan semangat juang para kaum negeri, mengubah pola kehidupan mereka menjadi lebih baik, memberikan wejangan, dan siap membimbing kaum negeri agar dapat bertahan dalam badai corona. Bersama mereka dapat bertahan, bersama mereka dapat menciptakan keajaiban, bersama pula mereka dapat mempererat tali persaudaraan.



Penerbit K-Media
Bantul, Yogyakarta
📷 kmediacorp
✉ kmedia.cv@gmail.com
🌐 www.kmedia.co.id

