

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PELATIHAN DAN WORKSHOP
“PENINGKATAN KAPASITAS DESA ONLINE : MEDIA SOSIAL
MENSEJAHTERAKAN DESA”

BERSAMA

WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER (WWTC) DAN
DESA GRUJUGAN KEC. PERTANAHAN KAB. KEBUMEN JAWA TENGAH



OLEH:

Evi Rosalina Widyayanti, S.E., M.M. (Dosen)
Insiatiningsih S.E., M.Si (Dosen)
Mohammad Agus Khoirul Wafa, SEI, MEK, RFC^R (Praktisi)

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA
2023

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia terbaikNya kepada kita semua, sholawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW. Rasa syukur yang sedalam-dalamnya sehingga kami dapat menyelenggarakan dan menyelesaikan Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan baik dan lancar. Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini, kami menjadi pemateri dalam Pelatihan dan Workshop dengan tema **“Peningkatan Kapasitas Desa Online Media Sosial Mensejahterakan Desa”** dimana workshop ini dilakukan di Desa Grujukan, kecamatan Patanahan, kabupaten Kebumen Jawa Tengah.

Workshop ini diselenggarakan di ruang aula pemerintah desa grujukan yang dihadiri langsung oleh bapak kepala desa Grujukan, perwakilan dari Kecamatan Patanahan, akademisi dan mahasiswa dari Politeknik Piksi Ganesha Indonesia Kebumen, karang taruna desa grujukan, Kelompok Darwis desa grujukan, Kepala Sekolah dan Guru-guru SDN 1 Grujukan, Tim Desa Online kampung Tudung desa Grujukan, Kelompok Srikandi pelaku UMKM desa Grujukan.rdagangan. Kegiatan ini dilakukan dengan kolaborasi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) dan Widya Wiwaha Training Center (WWTC) yang menghadirkan 3 pembicara dengan 2 dari akademisi dan 1 dari praktisi yang menyampaikan topik *Digital marketing*, potensi *content creator* dan Teknik *public speaking* dalam pembuatan *content* kemudian praktek yang dibantu oleh pembicara praktisi.

Kegiatan ini sangat menarik bagi peserta selanjutnya kegiatan ini akan berlanjut melalui group WA untuk dipantau perkembangannya. Pada kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ketua STIE Widya Wiwaha sebagai penanggung jawab dari seluruh kegiatan yang ada di STIE Widya Wiwaha
2. Direktur Widya Wiwaha Training Center
3. Ketua LP2M STIE Widya Wiwaha
4. Kepala Kecamatan Patanahan kabupaten Kebumen

5. Kepala Desa Grujukan
6. Ketua LP2M Politeknik Piksi Ganesha Indonesia Kebumen
7. Tim Desa Online, dan
8. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi.

Besar harapan kami semoga Workshop dan Pelatihan ini dan khususnya materi yang kami sampaikan akan bermanfaat bagi seluruh peserta. Terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 02 Oktober 2024

Evi Rosalina Widyayanti, S.E., M.M.



STIE WIDYA WIWAHA
LEMBAGA PENELITIAN & PENGABDIAN
PADA MASYARAKAT

SURAT TUGAS

Nomor: 30/LP2M/STIEWW/TGS/IX/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Ary Sutrischastini, M.Si
NIDN : 0503126701
Jabatan Struktural : Kepala LP2M STIE Widya Wiwaha

Dengan ini memberikan tugas kepada:

No	Nama	Peran	Materi
1	Evi Rosalina Widyayanti, S.E., M.M. (0510047401)	Pembicara 1	Optimasi Potensi Desa dengan <i>Digital Marketing</i> dan Potensi Keuangan dari <i>Content</i> Sosial Media
2	Insiatiningsih, S.E., M.Si (0521066901)	Pembicara 2	Sumber Idea <i>Content</i> dengan Komunikasi yang Tepat dan SDM yang dibutuhkan
3	Muhammad Agus Khoirul Wafa. SEL., MEK., RFC ^R	Pembicara 3	Pembuatan <i>Content Marketing</i> (Praktik) <ul style="list-style-type: none">• Ideasi <i>Content</i>• Peralatan yang dibutuhkan• Tahapan pembuatan konten (<i>brainstorming</i> ide sesuai <i>platform</i>, <i>story bord</i>, <i>copy writing</i>, fotografi, video grafi, <i>editing</i>, promosi, evaluasi)
4	Mahfud, SE., MM.	<i>Marketing</i> STIE WW	Profil STIE WW

5	Dewan Saputra (221118474)	Assisten Creatif (Mahasiswa)	Praktik
6	Farhan Alfredo (221118439)	Assisten Creatif (Mahasiswa)	Praktik
7	Nawang Maulida Kuswanto (221118529)	Assisten Creatif (Mahasiswa)	Praktik

Untuk menjadi pembicara dalam Pelatihan *Content Creator (Inhouse Training/Offline)* Widya Wiwaha *Training Center (WWTC)* di Desa Grujugan Kecamatan Pertanahan, Kabupaten Kebumen yang akan dilaksanakan pada:

Hari/tanggal : Selasa, 1 Oktober 2024

Jam : 08.30 WIB – 16.00 WIB

Tempat : Aula Balai Desa Grujugan Kecamatan Pertanahan,
Kabupaten Kebumen

Acara : *Workshop* Peningkatan Kapasitas Desa *Online* "Medsos
Menyejahterakan Desa"

Demikian surat tugas ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 September 2024

Yang Memberi Tugas,

Kepala LP2M STIE Widya Wiwaha



Dra. Ari Sutrischastini, M.Si

The background image shows a paved road in a rural village. On the left side of the road, there are several traditional houses with white walls and brown tiled roofs. To the right, there are lush green rice fields. In the distance, there are large, forested mountains under a slightly overcast sky. A person on a motorcycle is visible on the road, moving away from the viewer.

Optimalisasi Potensi Desa dengan Digital Marketing dan Potensi Keuangan dari Content Sosial Media

Evi Rosalina Widyayanti, S.E.,M.M.



EVI ROSALINA WIDYAYANTI, S.E.,M.M

- **Visi : Mencapai Surga Allah**
- **Misi : Melakukan apapun dengan cara terbaik dan niat ibadah**
- **PENDIDIKAN**

1. **S1 Fak Ekonomi UII Yogyakarta**
2. **S2 Magister Manajemen UGM Yogyakarta**
3. **S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi Jurusan Manajemen (2021-)**
4. **Certificate Born to Succeed Seminar**
5. **Certified NLP Pract™**
6. **Certified Emotional Mastery**
7. **Certified Business Coach (CBC)**
8. **Certified Corporate Coach (CCC)**
9. **Certified of Lecture**
10. **Sertifikasi Kompetensi Metodologi Pelatihan-BNSP**
11. **Sertifikasi Kompetensi Digital Marketing-BNSP**
12. **Sertifikasi Penyelia Halal (2024, Sertifikat dalam proses)**

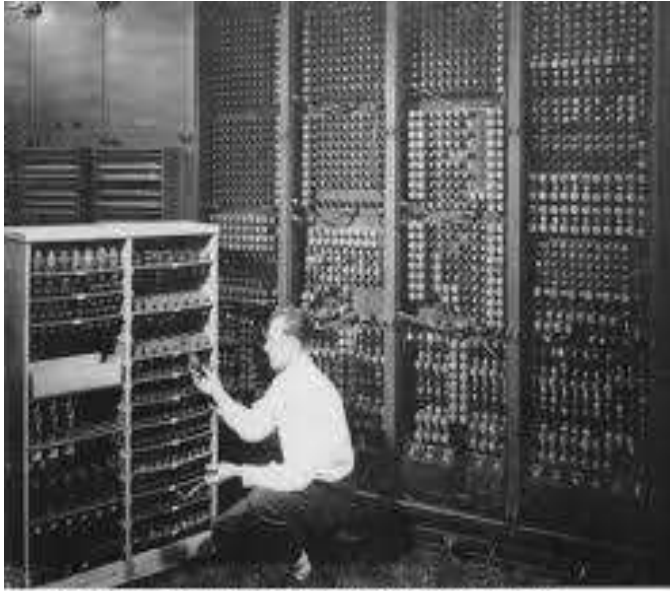
- **PEKERJAAN**

1. **Dosen Tetap di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta (sejak tahun 2010 hingga sekarang)**
2. **Coach di Pelatih Indonesia:Life and Business Coach (Sejak tahun 2016 hingga sekarang)**
3. **Management Trainer Lepas (sejak tahun 2016 hingga sekarang)**
4. **Tenaga Ahli Ekonomi untuk Project Pemerintah Daerah bersama Fak. Teknik Sipil Universitas Gadjah Mada**
5. **Counselor EL-PARKA (Lembaga Pendampingan Anak Remaja dan Keluarga) sejak tahun 2013 hingga sekarang**
6. **Business Owner Batik Namburan (sejak tahun 2016 hingga sekarang)**
7. **Ketua Majelis Hukum dan HAM PCA Wirobrajan Yogyakarta**
8. **Direktur Widya Wiwaha Training Center (2024 – 2029)**
9. **Ketua Satgas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Lingkungan STIE Widya Wiwaha (2024-2025)**
10. **Founder Jelajah Diri Life Management**

DIGITAL MARKETING



Perkembangan Komputer



Komputer Generasi Pertama (1946-1959)

Gambar Komputer Generasi Kedua



Komputer Generasi Kedua (1959-1964)

Gambar Komputer Generasi Keempat



Komputer Generasi Keempat (1965-1970)

Komputer Generasi Ketiga



Sejak tahun 1965, komputer generasi ketiga lahir dengan menggunakan Integrated Circuit. Bahasa yang digunakan adalah high level language seperti cobol, basic, dan fortran. Selain itu komputer ini juga dapat melakukan multiprocessing dan multiprogramming. Penggunaan operating system juga mulai dikenalkan meskipun dengan gratis yang minimum.

Komputer Generasi Ketiga (1965-1970)

Generasi Kelima



Komputer Generasi Kelima (Sekarang dan Masa depan) difokuskan kepada AI (Artificial Intelligence / Kecerdasan Buatan),

Mengenal Generasi dan Teknologi yang Berkembang di Eranya (edisi Indonesia)



BUILDERS

1925 - 1944



BABY BOOMERS

1945 - 1964



GENERATION X

1965 - 1979



GENERATION Y

1980 - 1994



GENERATION Z

1995 - 2009



GENERATION ALPHA

> 2010



1967



143,26jt user





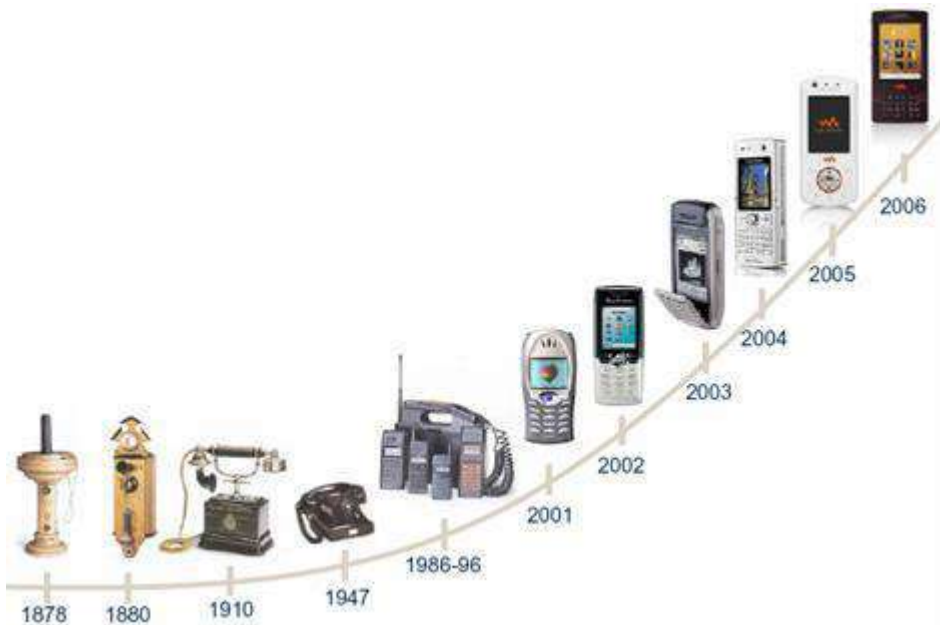
Surat dan Prangko



Telephon Umum Manual



Telephon Umum Kartu



Kecanggihannya telephone genggam saat ini (smartphone)

Pemasaran 5.0

Marketing 5.0 terwujud di tengah tiga tantangan besar yaitu:

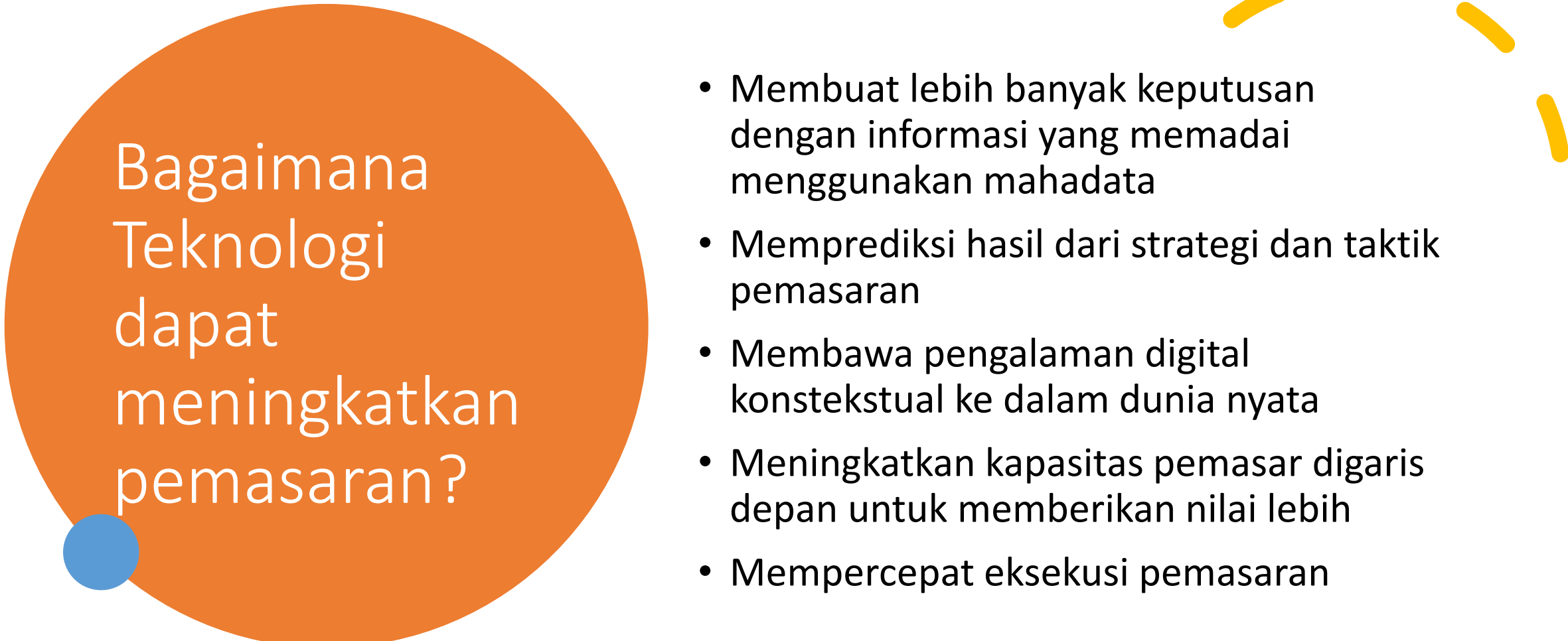
- Kesenjangan generasi
- Polarisasi kekayaan
- Kesenjangan digital

Di era inilah pertama kali 5 generasi tinggal bersama di bumi dengan sikap, preferensi dan perilaku yang bertolak belakang



Apa itu Marketing 5.0?

- Marketing 5.0 adalah penerapan teknologi yang menyerupai manusia dengan tujuan menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan meningkatkan nilai di seluruh perjalanan pelanggan
- Salah satu tema penting dalam Marketing 5.0 adalah apa yang dinamakan teknologi berikutnya (*the next tech*) yakni sekumpulan teknologi yang bertujuan meniru kemampuan manusia.
- Teknologi tersebut mencakup AI, NLP, sensor, robot, realitas berimbuh (augmented reality/AR), realitas virtual (virtual reality/VR)



Bagaimana Teknologi dapat meningkatkan pemasaran?

- Membuat lebih banyak keputusan dengan informasi yang memadai menggunakan mahadata
- Memprediksi hasil dari strategi dan taktik pemasaran
- Membawa pengalaman digital kontekstual ke dalam dunia nyata
- Meningkatkan kapasitas pemasar digaris depan untuk memberikan nilai lebih
- Mempercepat eksekusi pemasaran



Lima Komponen Marketing 5.0

- Disiplin 1: Pemasaran yang digerakkan oleh data
- Disiplin 2: Pemasaran yang gesit
- Penerapan 1: Pemasaran Prediktif
- Penerapan 2: Pemasaran Kontekstual
- Penerapan 3: Pemasaran Berimbuah

Bahaya Digitalisasi

Otomatisasi dan kehilangan pekerjaan

Kepercayaan dan ketakutan pada apa yang tidak dikenali

Masalah Privasi dan keamanan

Gelembung filter dan era pasca kebenaran

Gaya hidup digital dan efek samping perilaku

Janji Digitalisasi

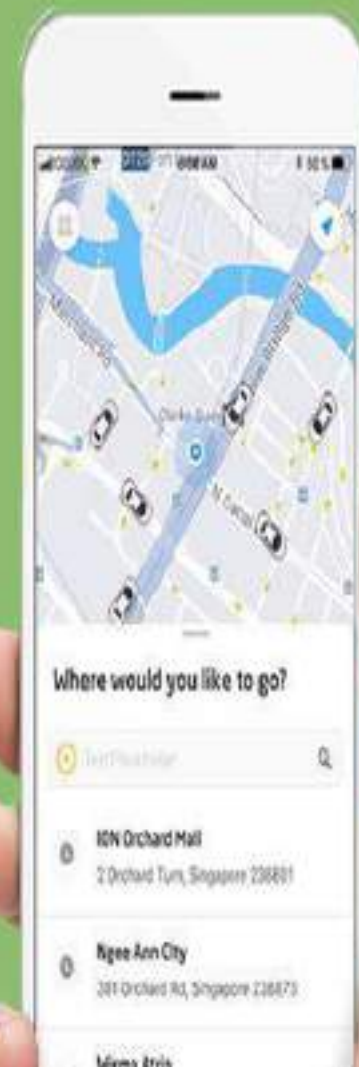
Ekonomi digital dan penciptaan kekayaan

Mahadata dan pembelajaran seumur hidup

Hidup cerdas dan augmented being

Kesehatan yang meningkat dan usia yang lebih Panjang

Keberlanjutan dan inklusifitas sosial





LAZADA
•CO•ID

 blibli.com
BIG CHOICES BIG DEALS

 tokopedia

Orami
have it all

MATAHARI
Mall
.COM
#1 eCommerce. Try It!

JD.ID
Online Shopping

elevenia
www.elevenia.co.id

Bukalapak
.com

Qoo10
TEKN





GCI
Gift Card Indonesia

e2pay.co.id

ipay88

sepulsa

BITX

MC
Payment

EASY PAY
payment solution

Dadipay

SpeedCash
SMART WAY TO PAY

ripple

KinerjaPay

true money

BLOCKCHAIN

faspay

Fasapay

UNIK

DavestPay.com
Pembayaran Tagihan dan Pembelian Online

espay

XENDIT

coshlez

wallezz

Kartoo
Your debt and beyond

GO PAY

kudo

FirstPay

skye

kliring.co.id

ELUON

ESI

MIMOPAY

mimopay

INDOMOG
ONLINE PAYMENT SOLUTION

iPaymu

paymon

PonselPay

NICE PAY

DO KU

Finnet
Electronic Payment Provider
by Telkom Indonesia

OVO

GUDANGVOUCHER.COM
E-PAYMENT SOLUTION

mynt
e-money

shiv dimo

pawoon

KESLES

helloPay

kartuku
Secure Payments. Simplified.

SudahTransfer

flip

matchmove

midtrans

MOKA
Selling Made Easy

PAPER

JASKAPITAL

SatuLoket.com
Pilihan Tepat Bayar Satu Tempat

paybill.id



1	 traveloka.com	47.4%
2	 Tiket.com	14.9%
3	 agoda	8.5%
4	 wego	3.3%
5	 pegipegi	3.1%
11	 nusa trip	2.8%
7	 Booking.com	2.1%
8	 tiket2	1.3%
9	 utiket.com	1.3%
10	 tripadvisor	0.8%



 **detikcom**

KOMPAS.com

TEMPO.CO

merdeka.com

Tribun news tribunnews.com

 **okezone.com**
NEWS & ENTERTAINMENT

REPUBLIKA.co.id

viva NEWS
www.vivanews.com

strategi.id

Jawa Pos
Jember
Jember Pos
Jember Pos





Perubahan

Satu hal yang abadi di dunia ini adalah perubahan

Melihat contoh-contoh diatas dapat kita benar-benar rasakan perubahan yang terjadi sangat signifikan dibandingkan dengan yang terjadi 5- 10 tahun yang lalu

Meskipun sesuatu yang offline belum dapat ditinggalkan 100% akan tetapi dunia online mampu menjadi sarana yang lebih efektif

Orang Indonesia Makin Melek Internet

Jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi dengan internet semakin banyak



215,63 juta pengguna
78,19%

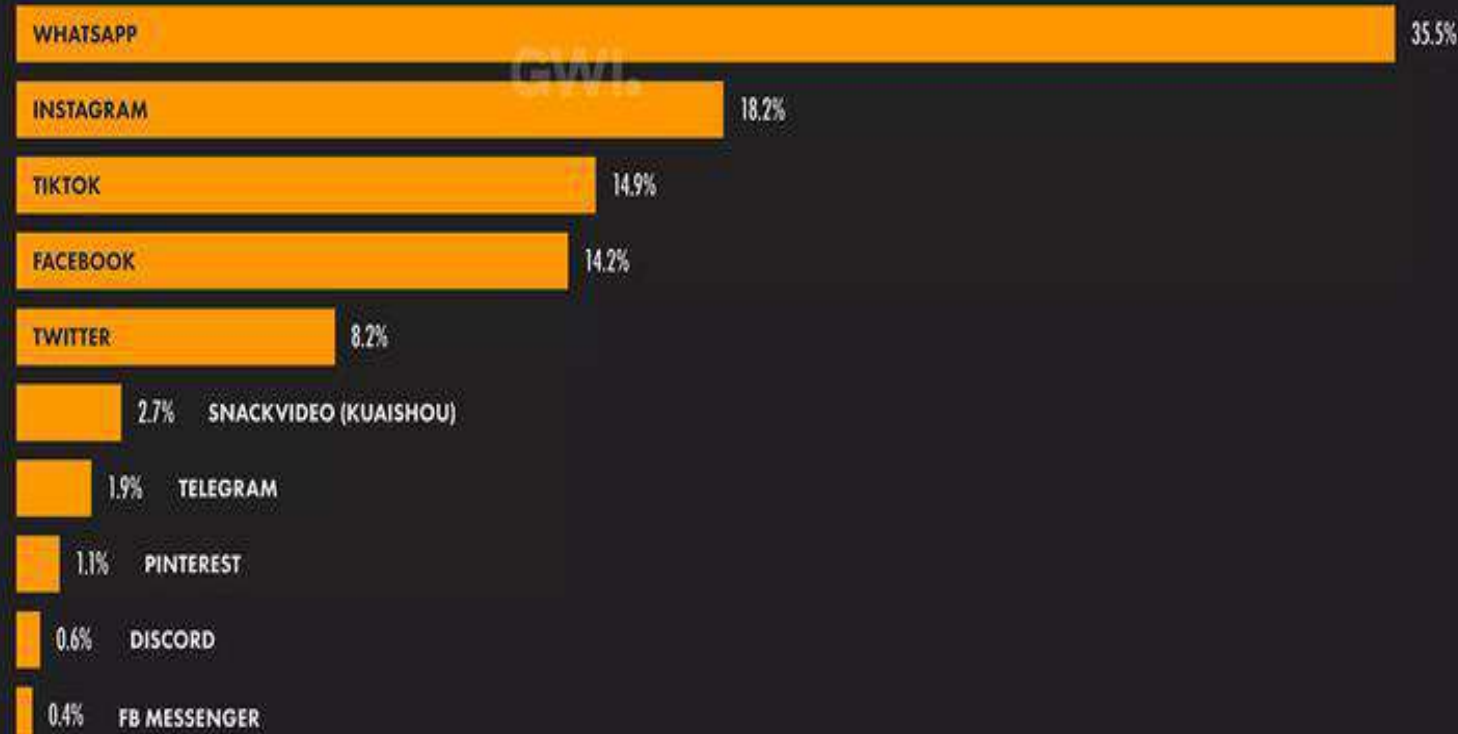
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Survei Penetrasi Internet Indonesia 2023

JAN
2023

FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR "FAVOURITE" SOCIAL MEDIA PLATFORM

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN OWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING.



57

SOURCE: OWI (Q1 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE OWI.COM FOR FULL DETAILS. NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN OWI'S SURVEY.

JAN
2024

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



TIME SPENT USING
THE INTERNET



GWI.

7H 38M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.0% (-4 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



KEPOS

2H 41M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-7.3% (-12 MINS)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



GWI.

3H 11M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-3.8% (-7 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 26M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-8.4% (-7 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 31M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-6.8% (-6 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



GWI.

0H 32M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.3% (-<1 MIN)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 54M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.9% (-1 MIN)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



1H 12M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-4.2% (-3 MINS)

Cyber Crime



1. Pembobolan rekening
2. Pencurian Data pribadi
3. Penyalahgunaan akun
4. Penipuan
5. Pencurian barang
6. Penculikan
7. Pembunuhan Character
8. Pembulian
9. Perselingkuhan
10. Dll

Dengan Internet kita bisa

- Belanja online
- Beli tiket perjalanan online,
- Order makanan melalui online,
- Main game,
- Kursus/ belajar online
- Membaca berita melalui online
- Bertemu teman lama melalui media sosial
- Transfer bank melalui online
- Menonton film
- Mencari resep masakan apa saja
- Mengunduh dokumen-dokumen yang diperlukan
- Wisata Online



Beberapa manfaat dari digital marketing meliputi:



Penargetan Pasar yang Lebih Tepat: Anda dapat menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan data demografis, perilaku, dan preferensi.



Biaya yang Lebih Efektif: Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, digital marketing sering kali lebih murah dan memberikan ROI yang lebih tinggi.



Jangkauan yang Lebih Luas: Dengan internet, Anda dapat menjangkau audiens global.



Evaluasi dan Analisis yang Mudah: Anda dapat melacak dan menganalisis kinerja kampanye secara real-time untuk membuat penyesuaian yang diperlukan.

Strategi digital marketing yang umum digunakan termasuk:

- Search Engine Marketing (SEM)
- Content Marketing
- Social Media Marketing
- Email Marketing
- Influencer/Affiliate Marketing





DESA DIGITAL

Desa Digital

- Desa digital adalah konsep yang mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam berbagai aspek kehidupan di desa. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa melalui pemanfaatan teknologi.



Aspek penting dari desa digital

- 1. Akses Informasi dan Pelayanan Publik:** Teknologi digunakan untuk mempermudah akses informasi dan meningkatkan efisiensi pelayanan publik, seperti administrasi kependudukan, perpajakan, dan layanan sosial.
- 2. Pembangunan Ekonomi:** Desa digital dapat mempercepat pembangunan ekonomi dengan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran produk lokal, pengelolaan pertanian pintar (smart farming), dan pengembangan desa wisata.
- 3. Pendidikan dan Kesehatan:** Teknologi juga digunakan untuk meningkatkan akses pendidikan dan layanan kesehatan di desa.
- 4. Partisipasi Masyarakat:** Masyarakat desa dapat lebih aktif berpartisipasi dalam pembangunan desa melalui platform digital yang memungkinkan mereka memberikan masukan dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan.

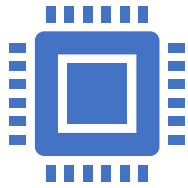


Contoh



- 1. Desa Senga Selatan, Sulawesi Selatan:** Desa ini telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan pelayanan publik dan administrasi. Mereka menggunakan command center desa untuk memantau aktivitas dan memberikan layanan kepada masyarakat secara terintegrasi. Selain itu, mereka juga memiliki web berbasis geospasial untuk pemetaan lahan dan kondisi geospasial desa
- 2. Desa Loa Duri Ilir, Kalimantan Timur:** Desa ini telah berhasil mengimplementasikan inovasi digital untuk manajemen data penduduk dan pelayanan publik. Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak, mereka menggunakan teknologi untuk memastikan pelayanan yang efisien dan optimal
- 3. Desa Pujon Kidul, Jawa Timur:** Desa ini terkenal dengan pengembangan agrowisata yang didukung oleh sistem informasi desa yang terintegrasi. Teknologi digunakan untuk memudahkan administrasi pemerintahan dan pelayanan publik, serta mendukung ekonomi lokal melalui agrowisata
- 4. Desa Lamahu, Gorontalo:** Desa ini adalah salah satu desa digital pertama di Indonesia. Mereka menggunakan command center untuk memantau aktivitas dan memberikan layanan masyarakat, serta dilengkapi dengan smart poles yang memiliki CCTV, WiFi, dan sensor cahaya dan gerak
- 5. Desa Kemuning, Jawa Tengah:** Desa ini telah menerapkan sistem Command Center untuk memantau aktivitas desa melalui smart tools seperti CCTV, speaker, panic button, dan sensor kecepatan angin. Teknologi ini juga digunakan untuk mengembangkan objek wisata di desa

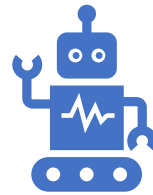
Optimalisasi desa digital melibatkan beberapa langkah strategis



1. Peningkatan Infrastruktur Teknologi:

Akses Internet: Pastikan desa memiliki akses internet yang cepat dan stabil. Ini bisa dilakukan melalui kerjasama dengan penyedia layanan internet atau program pemerintah.

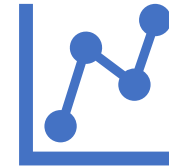
Perangkat Teknologi: Sediakan perangkat teknologi seperti komputer, smartphone, dan perangkat IoT (Internet of Things) yang dapat digunakan oleh masyarakat desa.



2. Pelatihan dan Edukasi:

Pelatihan Teknologi: Adakan pelatihan rutin untuk masyarakat desa tentang penggunaan teknologi digital, termasuk cara menggunakan internet, aplikasi digital, dan perangkat teknologi lainnya.

Edukasi Digital: Edukasi masyarakat tentang manfaat dan potensi teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, seperti e-commerce, e-learning, dan layanan kesehatan digital.



3. Pengembangan Aplikasi dan Platform Digital:

Aplikasi Administrasi Desa: Kembangkan aplikasi yang dapat membantu administrasi desa, seperti pengelolaan data penduduk, pelayanan publik, dan manajemen keuangan desa.

Platform E-Commerce: Buat platform e-commerce untuk memasarkan produk lokal desa, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Optimalisasi desa digital melibatkan beberapa langkah strategis



4. Kolaborasi dan Kemitraan:

Kerjasama dengan Pemerintah dan Swasta: Jalin kerjasama dengan pemerintah daerah, perusahaan teknologi, dan organisasi non-pemerintah untuk mendapatkan dukungan teknis dan finansial.

Kemitraan dengan Institusi Pendidikan:

Bekerjasama dengan universitas atau lembaga pendidikan untuk mendapatkan bantuan dalam bentuk penelitian, pelatihan, dan pengembangan teknologi.



5. Peningkatan Layanan Publik:

Layanan Kesehatan Digital: Implementasikan layanan kesehatan digital seperti telemedicine untuk memudahkan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan.

Pendidikan Online: Sediakan akses ke platform pendidikan online untuk meningkatkan kualitas pendidikan di desa.

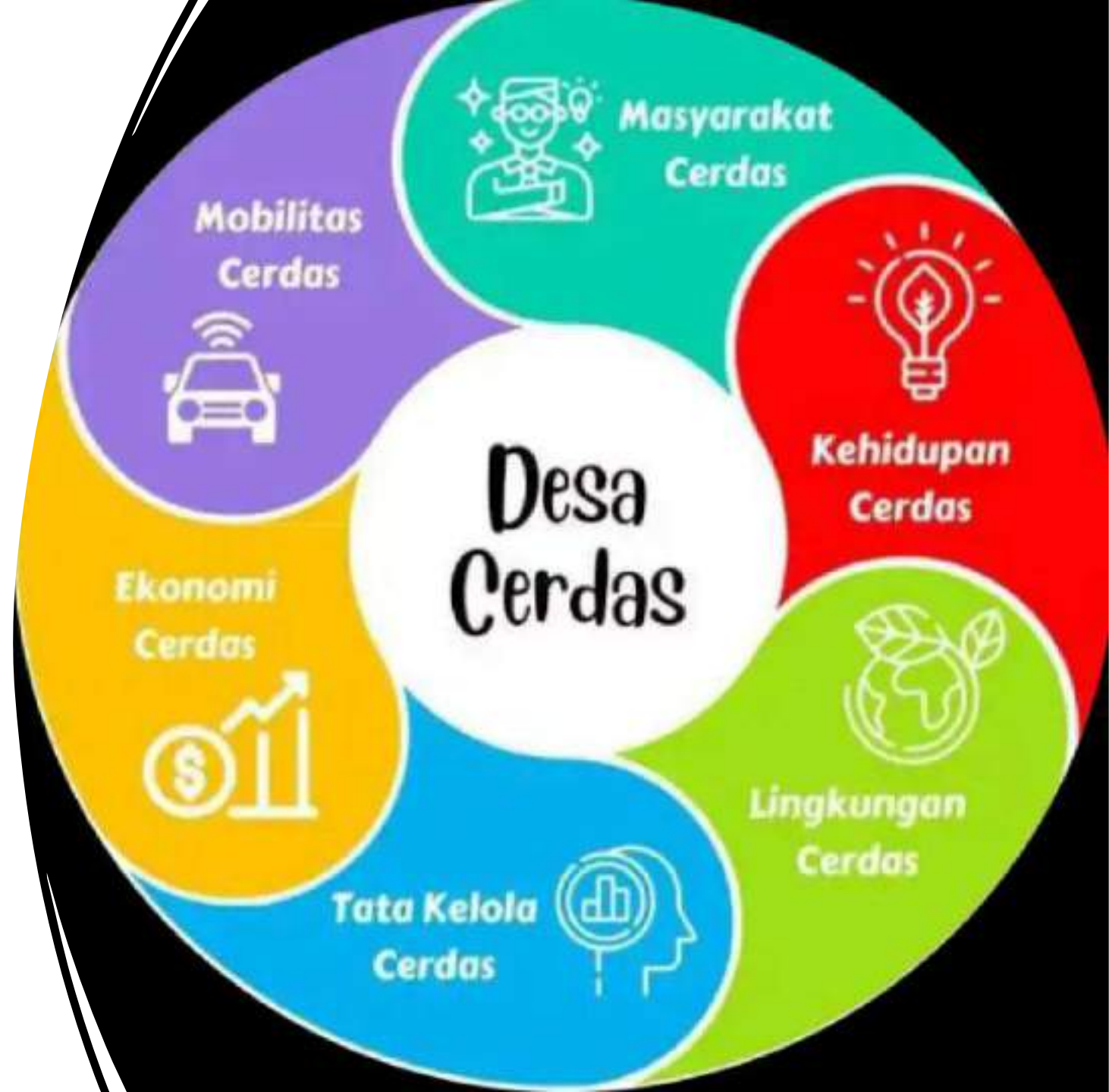


6. Pengembangan Ekosistem Digital:

Startup Lokal: Dorong pengembangan startup lokal yang dapat menciptakan solusi teknologi untuk kebutuhan desa.

Konten Lokal: Berdayakan masyarakat untuk menciptakan konten lokal yang relevan dan bermanfaat, seperti video tutorial, artikel, dan aplikasi lokal.

Potensi Keuangan melalui Desa Digital



Aspek utama dari potensi keuangan desa digital:

1. Transparansi dan Akuntabilitas:

- **Pengelolaan Keuangan yang Lebih Baik:** Dengan menggunakan teknologi digital, pencatatan dan pelaporan keuangan desa dapat dilakukan secara lebih akurat dan transparan. Ini membantu mengurangi risiko korupsi dan kesalahan administrasi
- **Akses Informasi:** Masyarakat desa dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai anggaran, pengeluaran, dan program-program desa melalui platform digital

2. Efisiensi dan Efektivitas:

- **Penghematan Waktu dan Biaya:** Proses administrasi keuangan yang dilakukan secara digital dapat menghemat waktu dan biaya dibandingkan dengan metode manual
- **Pelayanan Publik yang Lebih Cepat:** Layanan seperti pembayaran pajak dan retribusi dapat dilakukan secara online, sehingga memudahkan masyarakat dan meningkatkan efisiensi pelayanan publik

Aspek utama dari potensi keuangan desa digital:

3. Peningkatan Pendapatan Desa:

- **E-Commerce Lokal:** Desa dapat memanfaatkan platform e-commerce untuk memasarkan produk lokal, seperti kerajinan tangan, hasil pertanian, dan produk UMKM, ke pasar yang lebih luas
- **Pariwisata Digital:** Promosi pariwisata desa melalui platform digital dapat menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata

4. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat:

- **Pelatihan dan Edukasi:** Masyarakat desa dapat mengikuti pelatihan dan edukasi digital untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi, yang pada gilirannya dapat membuka peluang kerja baru dan meningkatkan pendapatan
- **Inklusi Keuangan:** Layanan perbankan digital memungkinkan masyarakat desa yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan untuk melakukan transaksi keuangan dengan mudah

5. Pengembangan Infrastruktur

- **Investasi Teknologi:** Dengan adanya potensi keuangan yang lebih baik, desa dapat menginvestasikan dana untuk pengembangan infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang lebih baik dan perangkat teknologi yang diperlukan

Internet dapat membantu UMKM di desa:

1. Akses Pasar yang Lebih Luas:

1. **Marketplace dan E-Commerce:** Internet memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka melalui platform e-commerce dan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Ini membantu mereka menjangkau pelanggan di luar desa, bahkan hingga ke tingkat nasional dan internasional
2. **Media Sosial:** Platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Ini juga membantu dalam membangun komunitas pelanggan yang loyal

2. Efisiensi Operasional:

1. **Pengelolaan Inventaris dan Keuangan:** Aplikasi dan perangkat lunak berbasis internet dapat membantu UMKM dalam mengelola inventaris, pencatatan keuangan, dan analisis penjualan secara lebih efisien
2. **Automasi Proses Bisnis:** Internet memungkinkan automasi berbagai proses bisnis, seperti pemesanan, pembayaran, dan pengiriman, yang dapat menghemat waktu dan biaya

3. Akses ke Informasi dan Pelatihan:

1. **Tren Pasar dan Regulasi:** UMKM dapat menggunakan internet untuk mencari informasi tentang tren pasar terbaru, regulasi pemerintah, dan peluang bisnis lainnya
2. **Pelatihan Online:** Banyak platform menawarkan pelatihan online gratis atau berbayar yang dapat membantu UMKM meningkatkan keterampilan mereka dalam berbagai aspek bisnis, seperti pemasaran digital, manajemen keuangan, dan pengembangan produk

4. Peningkatan Citra dan Profesionalisme:

1. **Website dan Blog:** Memiliki website atau blog dapat meningkatkan citra profesional UMKM dan memberikan informasi lengkap tentang produk dan layanan mereka kepada pelanggan
2. **Ulasan dan Testimoni:** Internet memungkinkan pelanggan untuk memberikan ulasan dan testimoni yang dapat meningkatkan kepercayaan dan reputasi UMKM

5. Kolaborasi dan Jaringan:

1. **Kemitraan Bisnis:** Internet memudahkan UMKM untuk menjalin kemitraan dengan bisnis lain, baik di dalam maupun di luar desa, yang dapat membuka peluang baru untuk kolaborasi dan ekspansi
2. **Komunitas Online:** Bergabung dengan komunitas online atau forum bisnis dapat memberikan UMKM akses ke jaringan yang lebih luas dan sumber daya yang bermanfaat



**SEKIAN DAN
TERIMA KASIH**



**Pengabdian Kepada Masyarakat Dusun Grujungan,
Petanahan, Kebumen 1 Oktober 2024**

INSIATININGSIH SE., MSi,

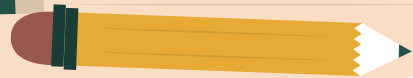
Dosen, Trainer, Konsultan Bisnis, pernah sbg
Financial Planner dan Agency Leader di
lembaga keuangan internasional terkemuka non
bank, dengan latar belakang pendidikan dari
Universitas Islam Indonesia dan Universitas
Gadjah Mada, program Pasca Sarjana Fakultas
Ekonomi jurusan Ekonomi Manajemen.

email insia@stieww.ac.id

081391388031



IDE KONTEN dan Kiat Menarik untuk Mengkomunikasikan Pesan pada Media Sosial



“ Sumber Ide untuk Membuat Konten ”

Tren Industri, riset pasar

Riset Kata Kunci - Gunakan alat seperti Google Trends

Feedback Pengikut

Konten Evergreen - Buat konten yang relevan sepanjang waktu seperti tips, panduan, atau tutorial yang bermanfaat

Tips dan Trik Bisnis, trend bisnis, strategi pemasaran, atau teknologi terkini

Kisah Sukses

Collaboration

Mengadaptasi Konten Populer

Hari Nasional atau Perayaan Tertentu, hari spesial

Live Q&A Session - sesi tanya jawab langsung di media sosial , bertanya tentang topik apapun yg relevan

Quote Inspiratif

Giveaway atau Kontes

Behind the Scenes

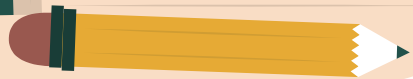
Topik Kontroversial

Setiap konten harus disesuaikan dengan target audiens dan tujuan akhir.

Jangan lupa untuk mengukur kinerja setiap konten agar dapat terus memperbaiki strategi konten.



Kiat Menarik untuk Mengkomunikasikan Pesan pada Media Sosial





Kiat-kiat

Gunakan Visual yang Menarik

Gunakan Bahasa yang Sederhana dan Menarik

Gunakan Hashtag yang Relevan

Ciptakan Nada Berbicara yang Menyertainya, Gunakan gaya berbicara yang santai, ramah, dan mendukung untuk menciptakan hubungan yang lebih akrab dengan pengikut Anda

Buat Pertanyaan Menarik

Jadilah Konsisten - Jadwal posting yang teratur dan konsisten membantu membangun kepercayaan dan ekspektasi dari pengikut Anda.

Pastikan untuk tetap aktif dan terlibat dalam interaksi online.

Gunakan Format Konten yang Bervariasi:** Selain teks, coba gunakan format konten lain seperti video, live streaming, atau stories untuk membuat pesan Anda lebih menarik dan beragam.

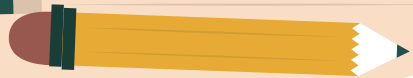
Berikan Nilai Tambah

Respon Pengikut dengan Cepat

Monitor dan Evaluasi Kinerja



Cara Berkomunikasi yang Menarik di Media Sosial





1. Kenali Target Audiens Anda
2. Gunakan Cerita
3. Libatkan Pengikut dengan Pertanyaan
4. Gunakan Visual yang Menarik
5. Berikan Konten yang Bermakna
6. Respon dan Interaksi
7. Gunakan Humor dengan Bijak
8. Senantiasa Beri Dukungan
9. Gunakan Hashtag yang Relevan
10. Bersikap Autentik: Tetaplah autentik dan jangan mencoba menjadi orang lain. Tunjukkan kepribadian dan value dalam setiap interaksi.

Dengan menerapkan cara-cara tersebut, dapat membangun komunikasi yang menarik dan berarti dengan pengikut Anda di media sosial. Kesenambungan dalam berinteraksi, memberikan konten berkualitas, dan memahami kebutuhan serta preferensi audiens akan membantu Anda meningkatkan keterlibatan dan hubungan dengan pengikut Anda.



BAGAIMANA BIAR FYP????

1. Gunakan Hashtag Populer, yang relevan dengan konten Anda untuk meningkatkan visibilitasnya.
2. Konten yang Relevan: Buat konten yang relevan dan menarik bagi target audiens Anda.
3. Konsistensi: Tetap aktif dalam membagikan konten secara teratur untuk menjaga kehadiran Anda di FYP.
4. Keaslian: Menampilkan kepribadian yang unik dan asli dalam setiap konten yang Anda bagikan.
5. Optimalisasi Deskripsi: Tulis deskripsi yang menarik dan menggambarkan isi konten Anda dengan jelas.
6. Interaksi dengan Pengguna: Berinteraksi dengan pengguna lain, seperti like, komentar, dan berbagi konten orang lain untuk meningkatkan interaksi pada akun Anda.
7. Kualitas Konten: Pastikan konten yang Anda bagikan memiliki kualitas visual yang baik dan mudah ditonton.
8. Mengikuti Trend: Ikuti tren terkini dan mencoba mengikuti format konten yang sedang viral untuk meningkatkan peluang konten Anda muncul di FYP.

An illustration of a woman with dark hair in a bun, wearing glasses, a yellow patterned top, and dark pants. She is holding a large yellow pencil. To her right is a whiteboard with a yellow border, containing the text 'Persiapaaaaaaan' in a bold, black, sans-serif font. The background is white with some faint orange and teal geometric shapes. A small potted plant with yellow leaves is on the right side.

Persiapaaaaaaan





Tips Eksis di Social MEDIA

Disiplin Posting

Kreatif

Inovative

Fokus dengan Niche






Siapkan peralatan yang dibutuhkan – kamera, smartpone, tripod, mikropon eksternal, pencahayaan, perangkat lunak pengeditan, peralatan untuk live streaming, laptop, or PC, cloud storage

Gunakan tools dan platform pendukung
Sesuaikan konten dengan fitur platform





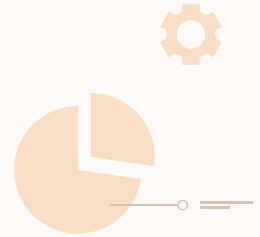
**Tingkatkan terus dan
asah skill berbicara Anda
dalam setiap situasi
[kemampuan public
speaking]**



Thank You maturnuwun



Next question session is opened

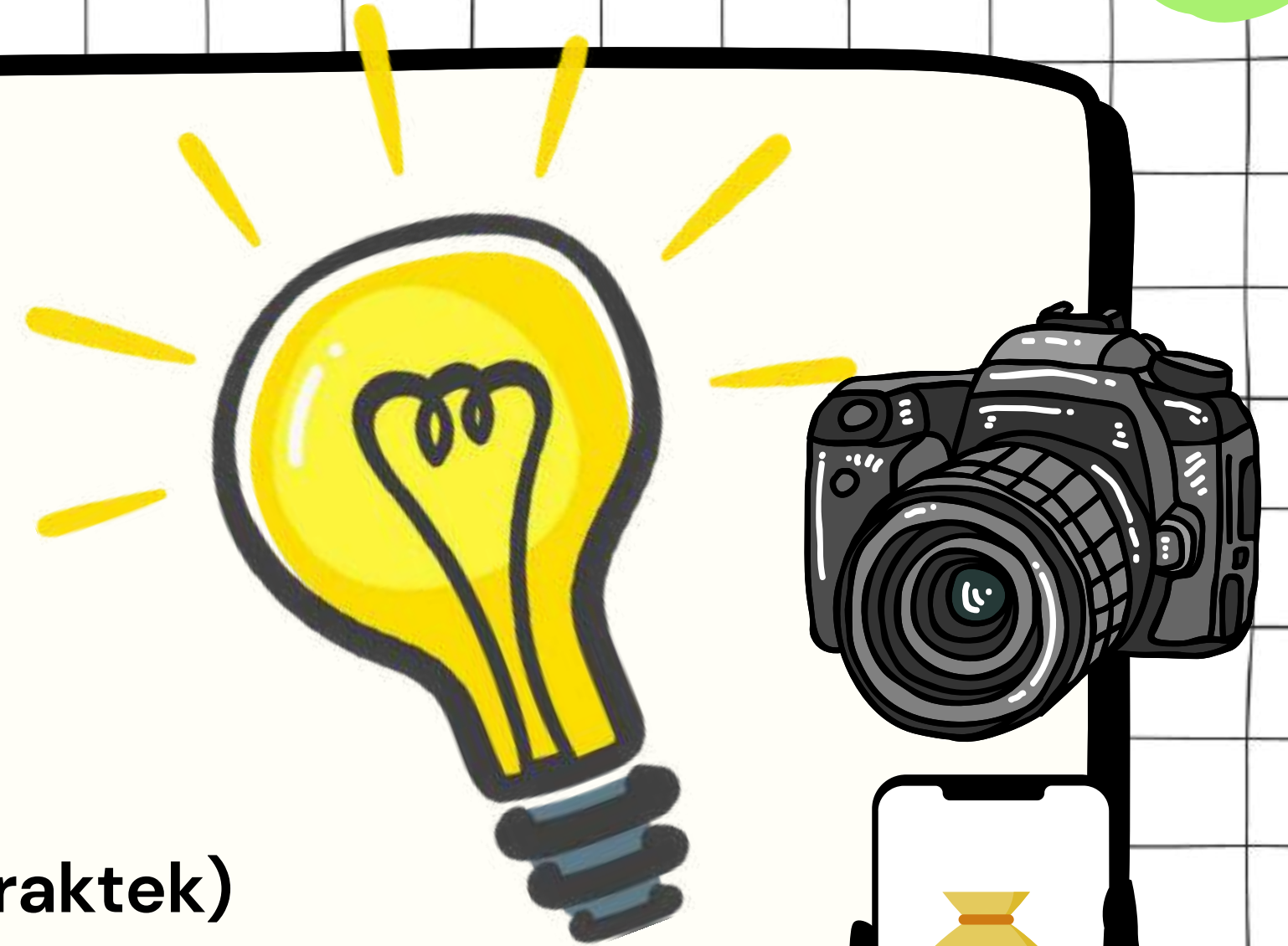


- Pending
- Ongoing
- Completed

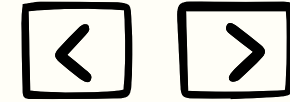


Digital Marketing

Potensi Ekonomi Desa (Sesi Ideasi dan Praktek)



Bahasan



01

Intro

02

Why?

03

What?

04

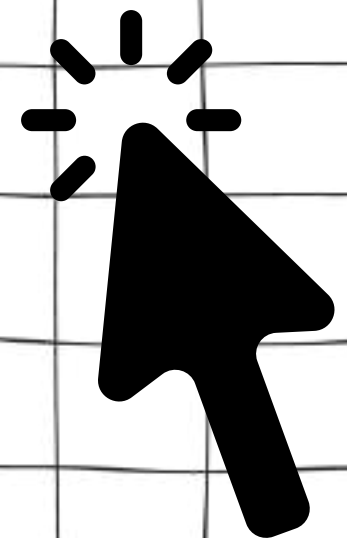
How?

05

practice

06

Evaluate



Intro

Pemasaran digital adalah kunci untuk membangun kesadaran terhadap potensi desa kita, baik itu produk lokal, wisata, atau budaya. Dengan pemasaran digital, kita bisa menjangkau lebih banyak orang dari luar desa dan menciptakan peluang baru.

Namun sayang, hal ini jarang dilakukan dengan benar (hanya sekedar posting info) yang tidak diberi meaning dalam setiap konten yang ada.

Why

- Mengapa Kita membuat konten?
- Apa tujuan kita membuat konten?
- Konten Apa yang ingin kita sampaikan?
- Seberapa berharga konten kita jika didapatkan / diterima oleh pemirsa/pembaca?
- Apa yang dirasakan jika seseorang tidak melihat konten kita?



Riset

SEO

**Copywriting &
story telling**



**Tau kapan
istirahat**

**Manajemen
& Planning**

Editing

**Fast
Learning**

Alur Pembuatan Konten

Perencanaan
(Content Strategy)

1

2

3

4

5

6

6

Edit Konten

Penjadwalan
Konten Naik

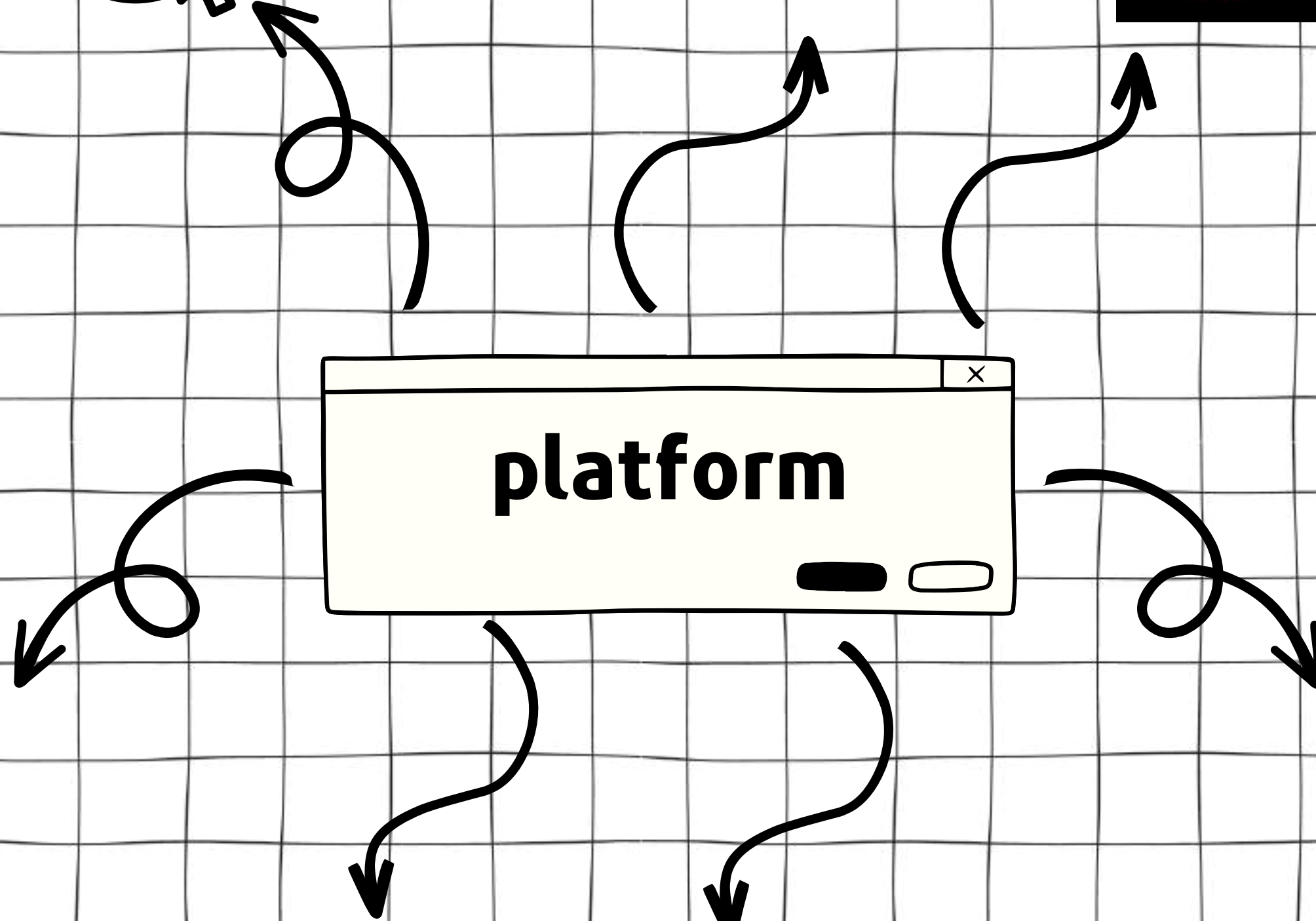
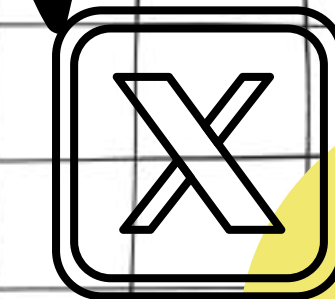
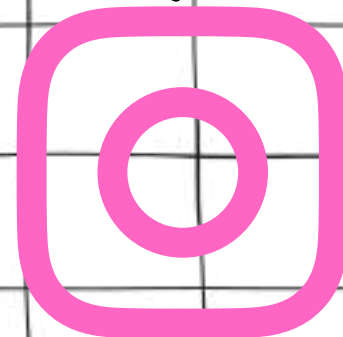
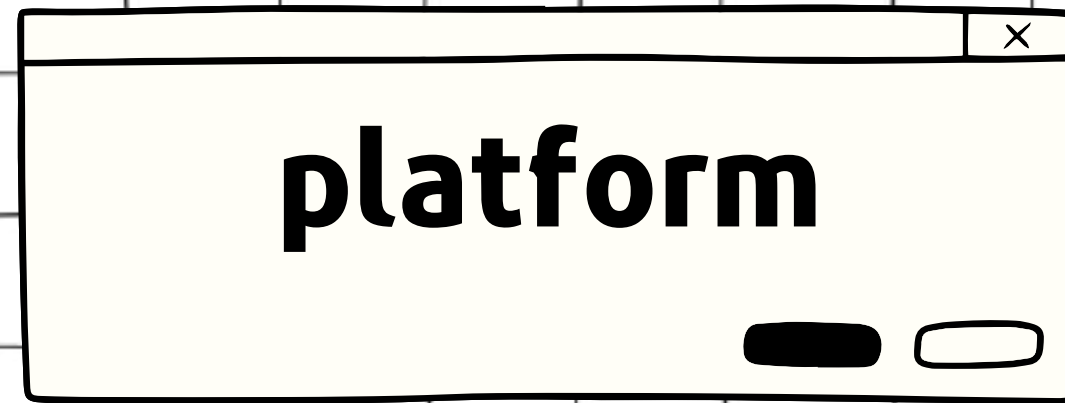
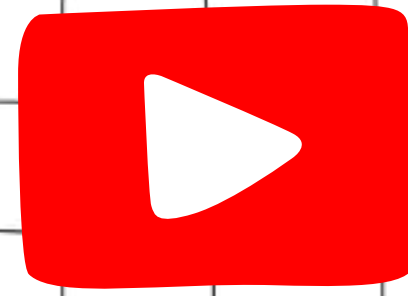
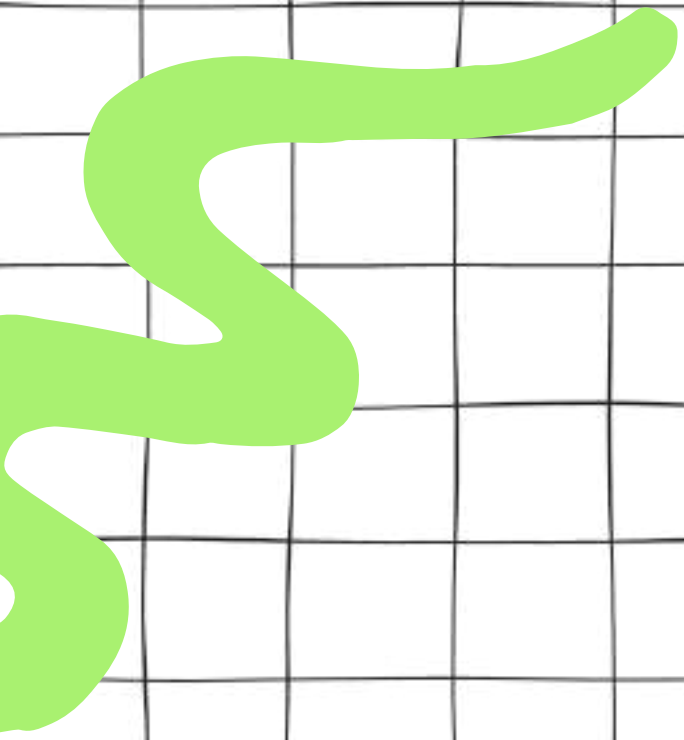
Monitor Konten
& Analisis

Pembuatan Konten

Penjadwalan
Konten Naik

Content Marketing





Elemen Konten

01

RELEVANSI

Konten yang dibuat harus sesuai dengan target pasar

02

INFORMATIF

Konten harus memberikan informasi yang berguna bagi audiens, seperti pengetahuan, keterampilan, dan proses produksi produk dan layanan

03

REALIABILITAS

Konten harus berisi hal-hal yang dapat dipercaya oleh publik.

04

BERNILAI

harus memiliki nilai yang dapat mendidik dan membangkitkan minat audiens.

05

UNIK

Konten harus memiliki keunikan tersendiri untuk dapat menjadi alat positioning pribadi/lembaga

06

EMOSI

yang dapat menarik emosi audiens, baik positif maupun negatif, akan lebih menarik daripada konten netral

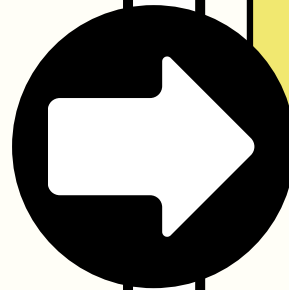
07

INTELEGENSI

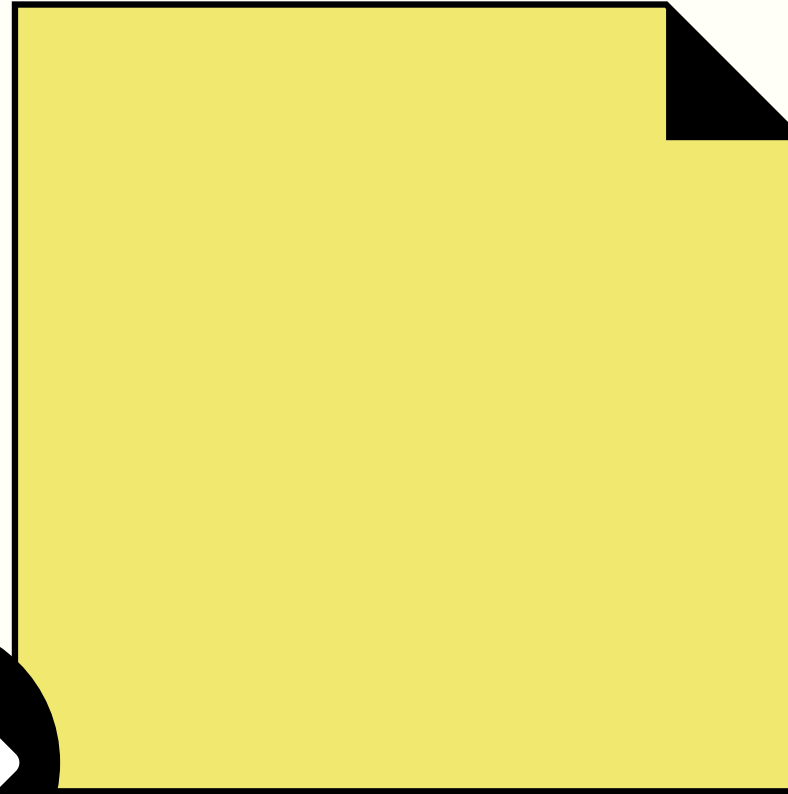
Konten harus dapat dipahami oleh manusia dan dicerna oleh mesin pencarian atau teknologi

Ideation

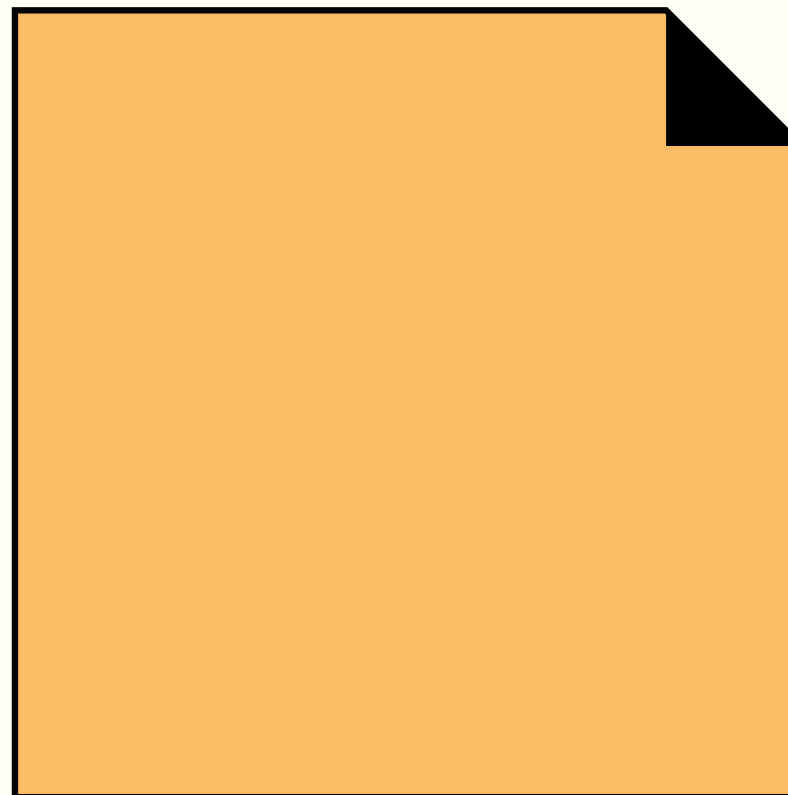
- 01** pahami karakter audience
- 02** Ketahui masalah utamanya
- 03** Apa solusi yang diinginkan dan keadaan yang ingin dicapai?
- 04** Bagaimana cara mendapatkan solusi tersebut?



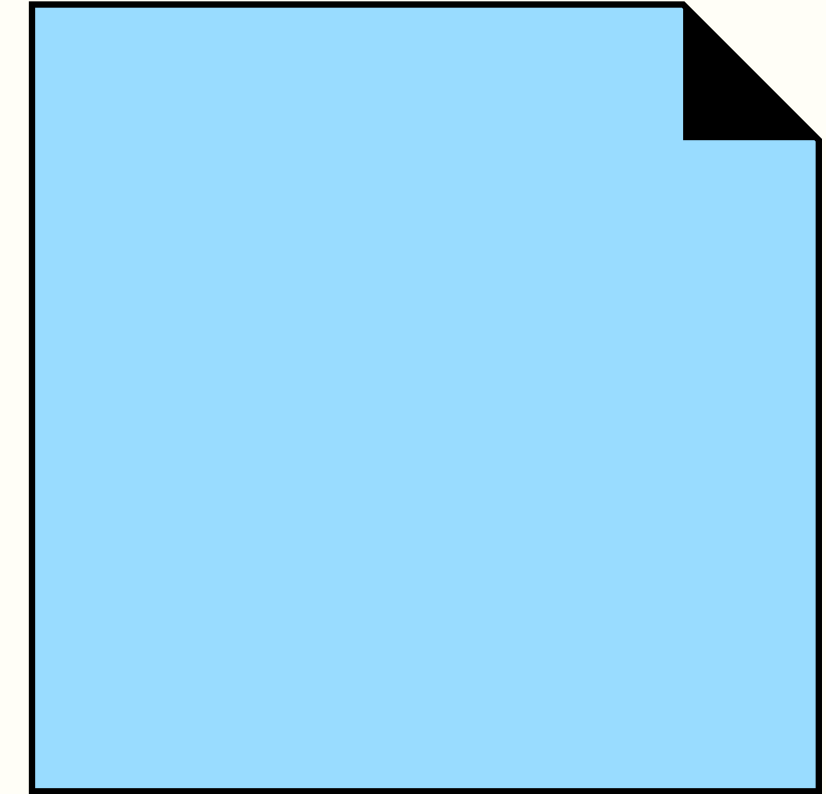
SIAPA TARGET



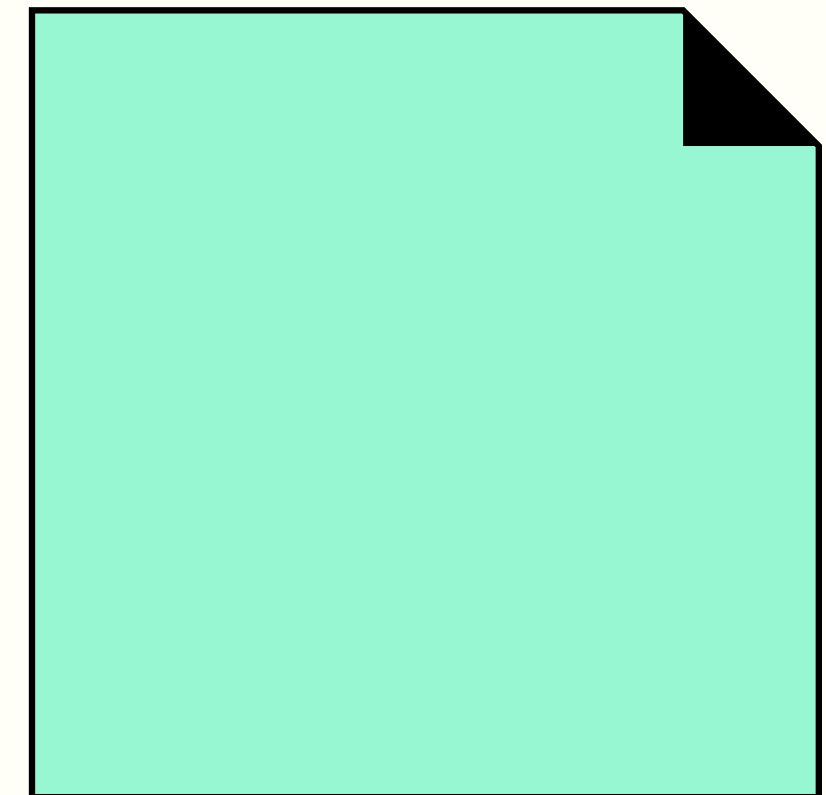
SOLUSI



MASALAH



CARA MENDAPATKAN



SPESEIFIK KONTEN

SOCIAL MEDIA CONTENT PILLARS

Content Pillar

Content Ideas

Goal

EDUCATE

Tutorials
Infographics
Checklists
How-to guides
Whitepapers
FAQs

Position yourself as an **expert** in your niche and build **trust** with your audience through educational content.

ENTERTAIN

Memes and GIFs
Funny videos
Quizzes
Polls

The goal of entertaining content is to capture **attention** and drive brand **awareness** and **engagement**.

PROMOTE

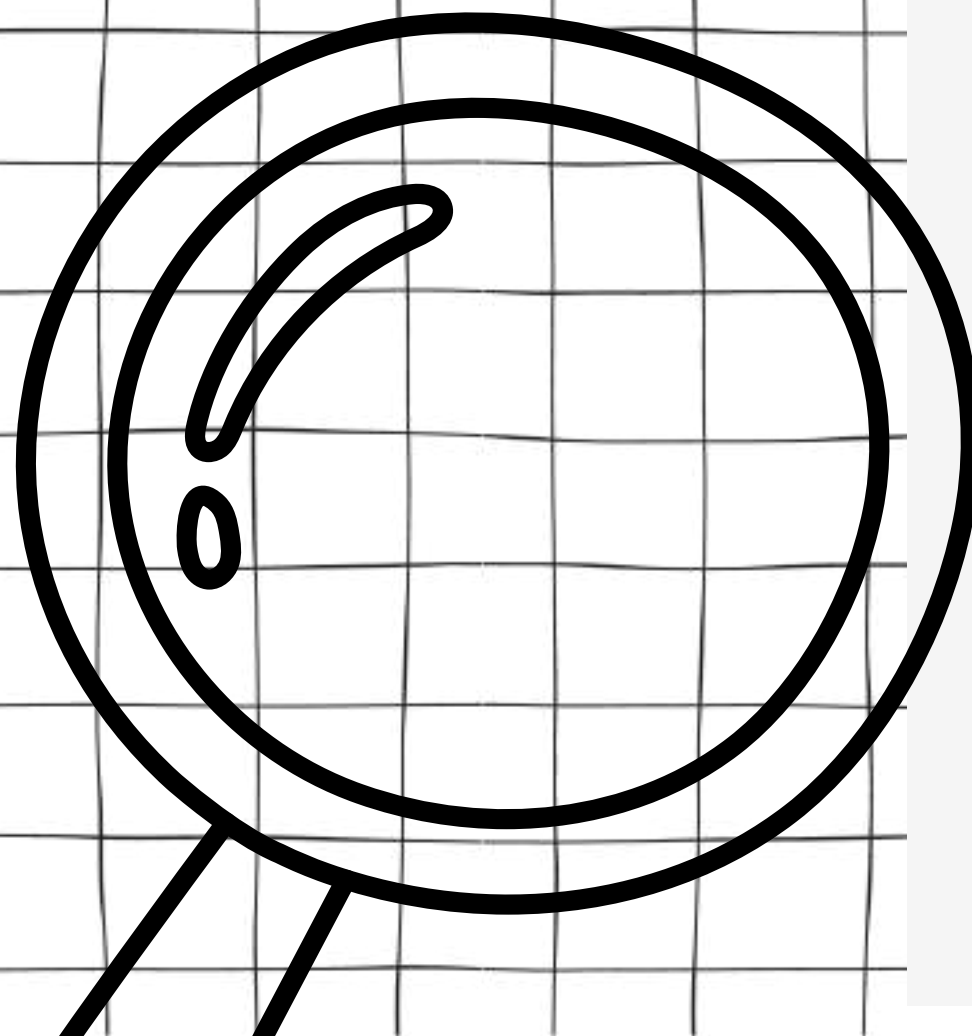
Testimonials and reviews
Case studies
Comparisons
Product demo video

Drive **sales** and **conversions** through promotional content. But be careful not to come off as **spammy** by using it too often.

INSPIRE

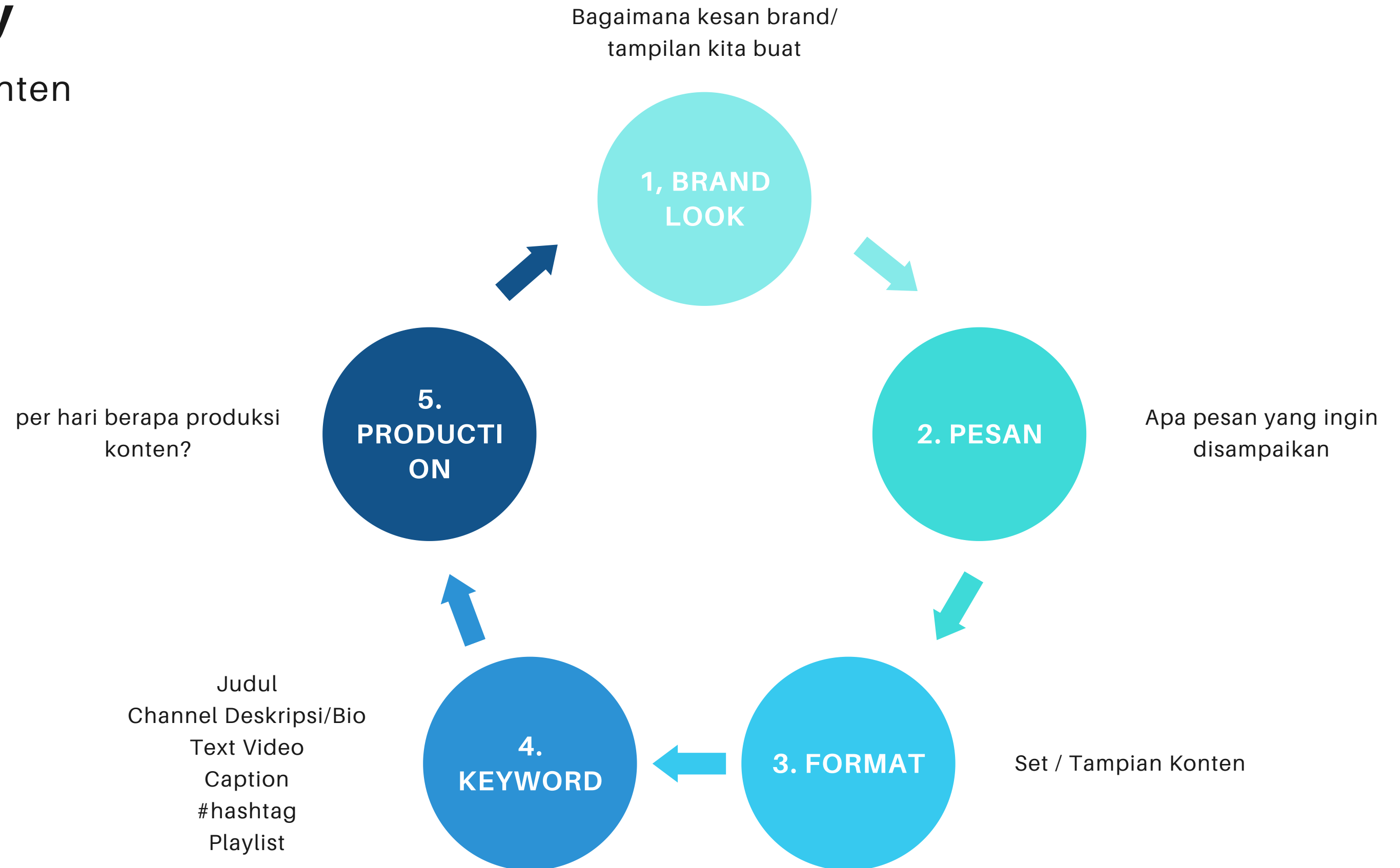
Motivational quotes
Behind-the-Scenes
User-generated content

Inspiring content is crucial for building an **emotional connection** with your audience.



5 Consistency

dalam membuat konten



contoh Implementasi

Analisis Kompetitor

Etawalin Store
@etawalin_shop

12 Mengikuti | 365,7 rb Pengikut | 1,3 jt Suka

Ikuti **Pesan**

DISTRIBUTOR RESMI SUSU ETAWALIN
Solusi untuk Tulang dan Sendi yang Sehat
<https://linktr.ee/etawalinstore>

Belanja Acara LIVE · 20 Sep 8:15 AM Dapatkan

Grid of 9 video thumbnails for Etawalin Store:

- Disematkan in kamul (28,2 rb)
- Disematkan pegal (11 rb)
- Disematkan dengan teknologi anti pemsuan (43,5 rb)
- Dijamin dapat harga termurah (129)
- Kelezatan Etawalin (192)
- Jauh banget hasilnya (322)

Zymuno Store.
@zymuno_store

24 Mengikuti | 336,4 rb Pengikut | 607,8 rb Suka

Ikuti **Pesan**

OFFICIAL STORE ZYMUNO
BANTU IMUNOTERAPY PERMASALAHAN BENJOL
BELI DISINI

Langganan Belanja

Grid of 9 video thumbnails for Zymuno Store:

- Disematkan ZYMUNO ganti akum? (7.125)
- Disematkan Informasi Penting (39,7 rb)
- Disematkan HATI-HATI INI FAKTANYA! (297)
- Disematkan SEKILAS INFO UNTUK PASUTRI (1.807)
- Disematkan INGAT!! Yang ada centang birunya (3.436)

Blackmores Indonesia
@blackmoresindonesia

0 Mengikuti | 60,7 rb Pengikut | 128,3 rb Suka

Ikuti **Pesan**

AKUN RESMI
Official Blackmores Indonesia

Belanja

Grid of 9 video thumbnails for Blackmores Indonesia:

- Disematkan BANTU BERTOK DAN MELANCARKAN HAIR GROWTH APAT (296 rb)
- Disematkan MENSTABILKAN HORMON & MEMEREMEDIKAN KEHAMILAN (152,2 rb)
- Disematkan 3 ATURAN UTAMA KONSUMSI VITAMIN (127,2 rb)
- BLACKMORES VITAMIN TM 1 ABAT PREGNANCY ATAU 1 POLICY (347)
- BLACKMORES PERBEDAAN KALSIUM DAN VITAMIN D3 (1.259)
- BLACKMORES CALCIUM GIBERONUM BARENG MULTI B (851)
- BLACKMORES WARM BONE BONE HEALTH
- BLACKMORES MANFAAT ASAM FOLAT
- BLACKMORES NOUNG HOUNG

Analisis Konten Kompetitor

COMPETITOR	STRENGTHS	interaksi	like	produksi perhari
ETAWALIN	<ul style="list-style-type: none">• <i>perkenalan produk</i>• <i>promo</i>	<i>komen 15/1 (promo)</i>	<i>rata-rata 20</i>	<i>rata-rata 2-3 konten</i>
ZYMUNO	<ul style="list-style-type: none">• <i>hook</i>• <i>voiceover/verbal</i>	<i>komen 7/1 (talent cantik)</i>	<i>rata-rata 20</i>	<i>rata-rata 2-3 konten</i>
BLACKMORES	<ul style="list-style-type: none">• <i>stich komen</i>• <i>edukasi</i>	<i>stich komen (talent memancing netizen untuk bertanya)</i>	<i>dibawah 10</i>	<i>2 konten</i>

Konsep Konten



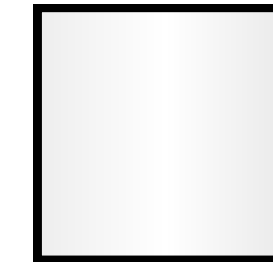
Talent & voiceover

minimal ada 1 talent
menggunakan jas dokter &
gaya bahasa, nada sama



Warna

1 tone atau warna, baik
pada media foto maupun
video



Background

bisa konsisten dengan 1
background menampilkan
produk



Title/judul

penempatan judul pada 1
tempat (ditengah/diatas)



Content Pillars Edukasi

Edukasi

memberikan info tentang masalah/ penyakit yang bisa diatasi oleh produk atau bisa dengan podcast

Tips

Tips kesehatan yang berkaitan dengan produk

Jawab Komentor

Menjawab komentor sekaligus mempromosikan produk



Produksi — konten

feed

sehari upload 3 kali

- edukasi
- tips
- jawab komentar

Jam upload

- 9 am
- 12 pm
- 3 pm

Referensi



Stories

sehari upload 3 kali

- testimoni
- QnA
- hard selling

Jam upload

- 9 am
- 12 pm
- 3 pm

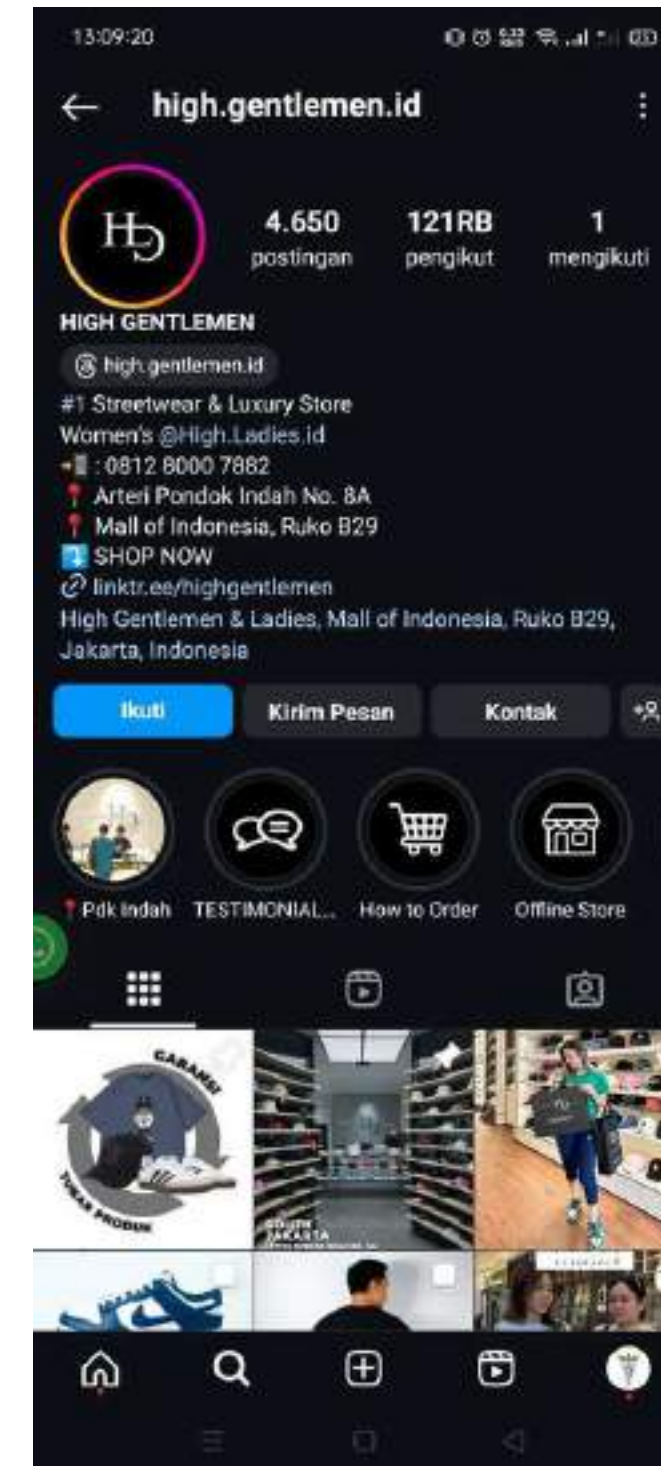
+ Link Website

Deskripsi Bio Akun

Referensi

bio

- Nama Pengguna
- kategori akun
- hastag
- tagline
- nomor hp
- alamat
- info order & produk



Sorotan

How to Order

Tutorial cara order produk

Katalog

Daftar produk, harga & fungsi produk

Offline store

Info alamat outlet titan pilar di apotik

Testimonial

testimoni dari pengguna produk

Referensi



Variasi

Shoot Video

VIDEO BLOG STORYBOARD

THE SPICY TRAVELS | EPISODE 10



FULL SHOT

Host takes a tour on the place.

Dialogue: According to Wikipedia, a spice is a seed, fruit, root, bark, or other plant substance primarily used for flavoring, coloring or preserving food.



MID SHOT

Camera focuses on the red chili. Host gives a few trivia about chili.

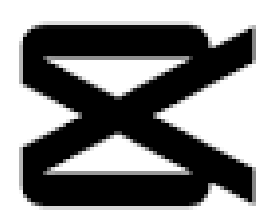
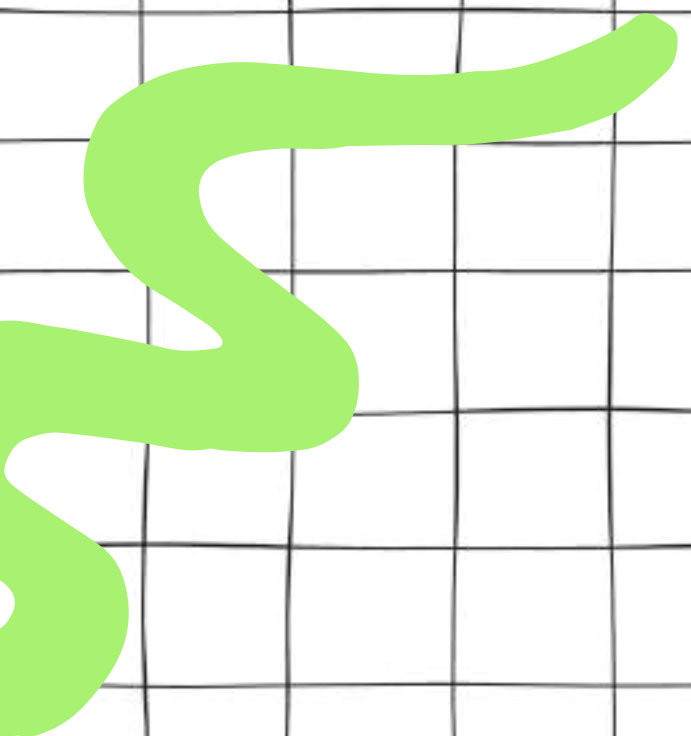
Dialogue: According to Wikipedia, a spice is a seed, fruit, root, bark, or other plant substance primarily used for flavoring, coloring or preserving food.



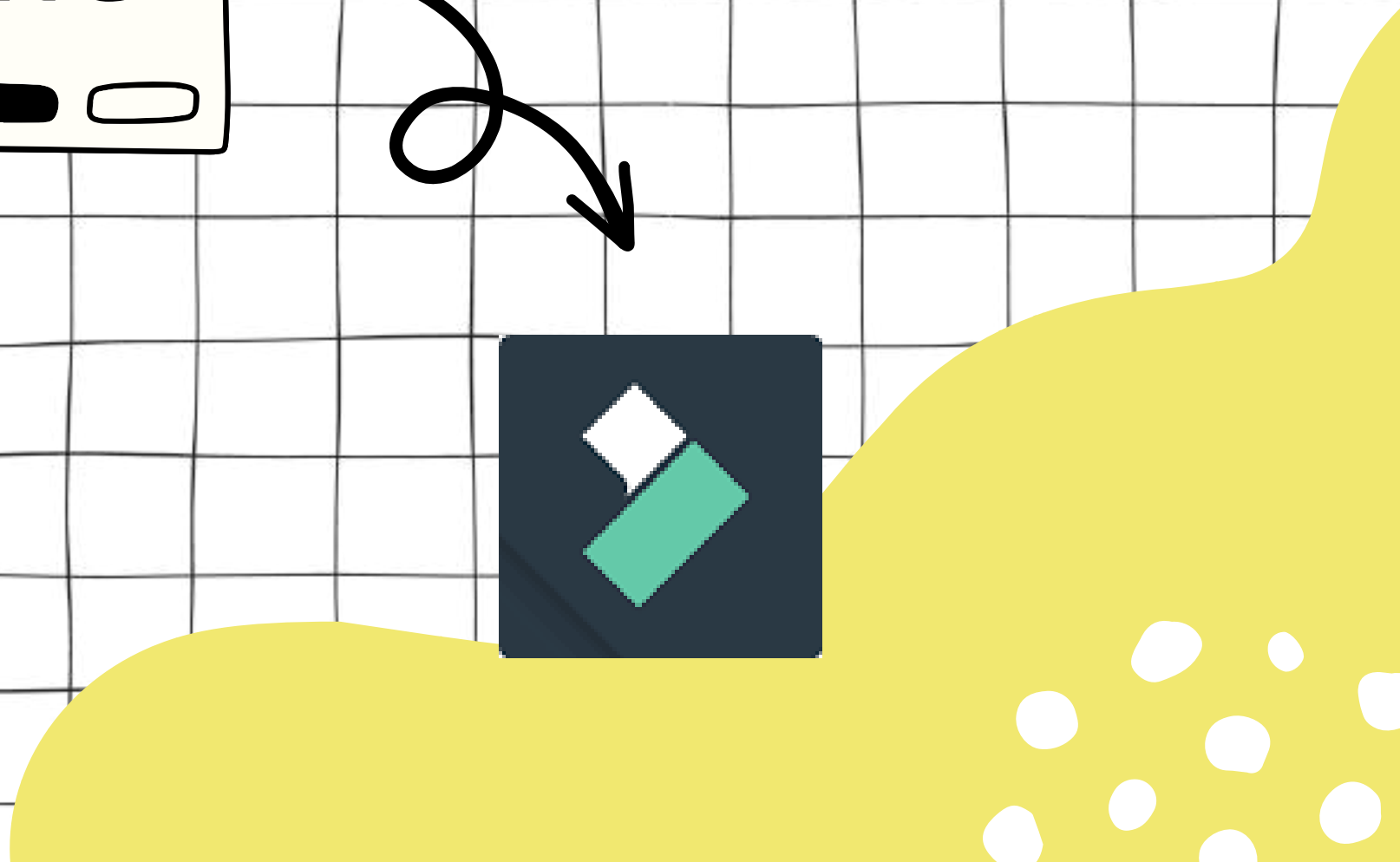
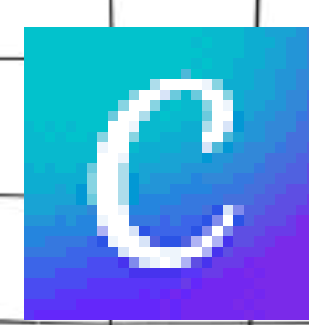
CLOSE UP

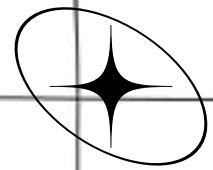
Camera zooms in on chili. Host narrates where chili originated, and other historical facts.

Dialogue: According to Wikipedia, a spice is a seed, fruit, root, bark, or other plant substance primarily used for flavoring, coloring or preserving food.



ALAT EDITING





EVALUASI KONTEN

1 TENTUKAN TUJUAN YANG JELAS

2 GUNAKAN SOCIAL MEDIA MONITORING TOOL

3 ANALISIS METRIK SESUAI KEBUTUHAN

4 LAKUKAN EVALUASI KUALITATIF

5 BANDINGKAN DENGAN KOMPETITOR

6 LAKUKAN A/B TESTING

7 EVALUASI WAKTU DAN FREKUENSI POSTING

8 TINJAU KONTEN YANG KURANG BERHASIL

9 EVALUASI SECARA BERKALA

10 PANTAU TREN DAN PERUBAHAN ALGORITMA



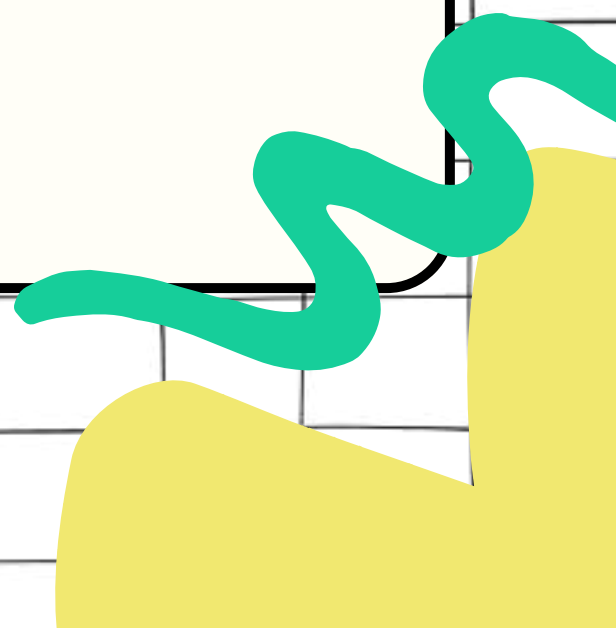
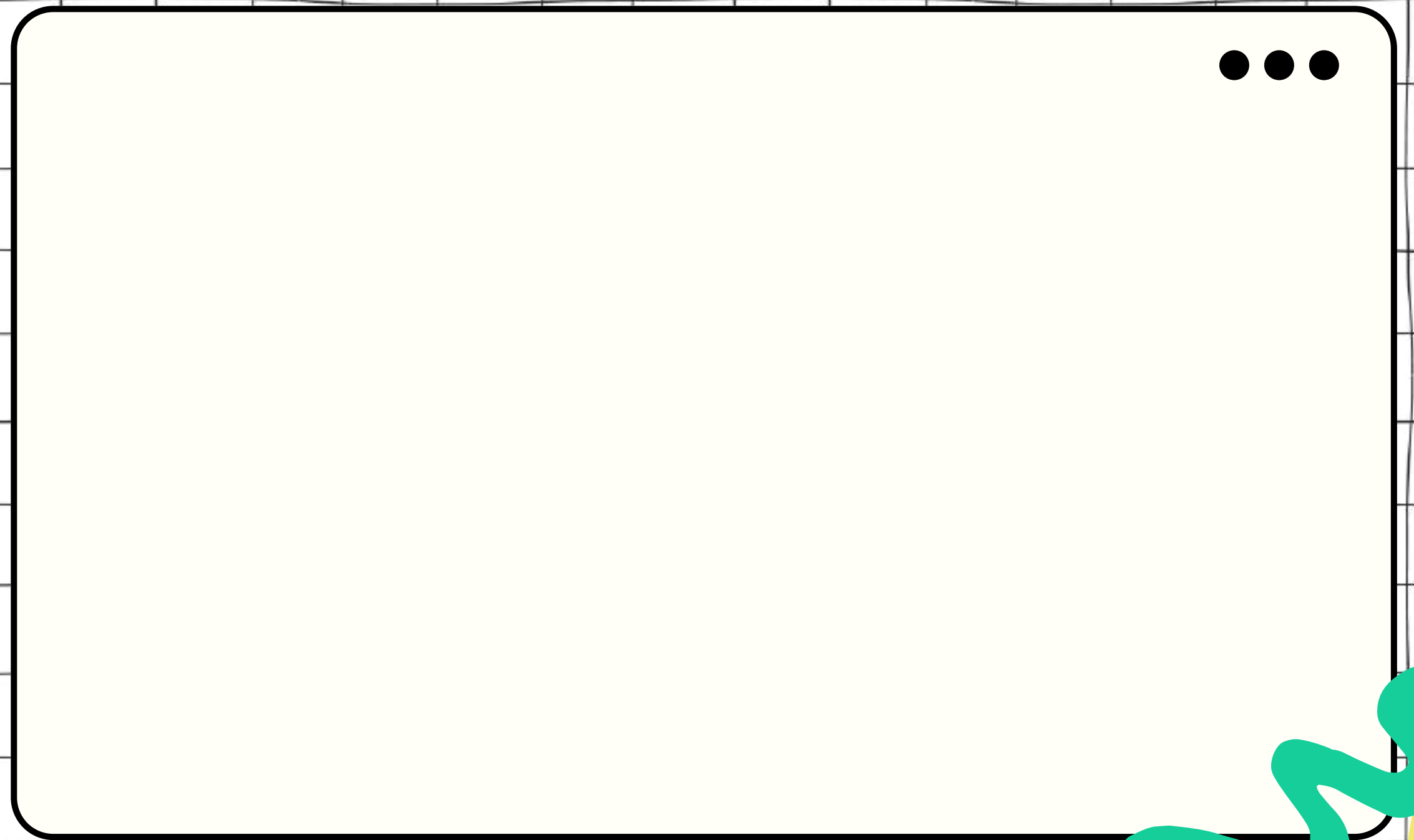
**ANY
QUESTION?**

YUK MULAI SHOOT





EVALUASI





TERIMA

KASIH



PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KECAMATAN PETANAHAN
DESA GRUJUGAN

Jalan Dewi Renges No.1 Kode Pos 54382 Grujugan-Petanahan
Alamat Email : grujugan.pemdes@gmail.com
Website SID : www.grujugankecpetanahankebumenkab.go.id

Nomor : 005 / 547
Sifat : -
Hal : **Permohonan Pembicara**

28 Agustus 2024

Kepada :
Yth. **Ibu Evi Rosalina Widyayanti, S.E.M.M**
Direktur Widya Wiwaha Training Center
Yogyakarta
di-
Yogyakarta

Dengan hormat,
Berdasarkan Dokumen Pelaksanaan Anggaran APB Desa Tahun 2024 Program Pengembangan Sistem Informasi Desa , kami bermaksud menyelenggarakan kegiatan Penguatan Kapasitas Desa Online. Sehubungan dengan hal tersebut maka kami mengharap sudilah kiranya agar Ibu berkenan hadir sebagai pembicara pada acara tersebut yang akan dilaksanakan pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2024
Waktu : pkl 08.30 WIB – selesai
Tempat : Aula Kampung Tudung Desa Grujugan Kec.Petanahan
Tema : Medsos Mensejahterakan Desa Melalui Profesional Content Creator
Rundown acara : terlampir

Demikian untuk menjadikan periksa atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.





PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KECAMATAN PETANAHAN
DESA GRUJUGAN

Jalan Dewi Renges No.1 Kode Pos 54382 Grujugan-Petanahan
Alamat Email : grujugan.pemdes@gmail.com
Website SID : www.grujugankepetanahankebumenkab.go.id

Nomor : 005 / 397

28 Agustus 2024

Sifat : -

Hal : **Permohonan Pembicara**

Kepada :

Yth. **Ibu Insiatiningsih, S.E.M.M**
Widya Wiwaha Training Center
Yogyakarta

di-

Yogyakarta

Dengan hormat,

Berdasarkan Dokumen Pelaksanaan Anggaran APB Desa Tahun 2024 Program Pengembangan Sistem Informasi Desa , kami bermaksud menyelenggarakan kegiatan Penguatan Kapasitas Desa Online. Sehubungan dengan hal tersebut maka kami berharap sudilah kiranya agar Ibu berkenan hadir sebagai pembicara pada acara tersebut yang akan dilaksanakan pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2024
Waktu : pkl 08.30 WIB - selesai
Tempat : Aula Kampung Tudung Desa Grujugan Kec.Petanahan
Tema : Medsos Mensejahterakan Desa Melalui Profesional Content Creator
Rundown acara : terlampir

Demikian untuk menjadikan periksa atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.





PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KECAMATAN PETANAHAN
DESA GRUJUGAN

Jalan Dewi Renges No.1 Kode Pos 54382 Grujugan-Petanahan
Alamat Email : grujugan.pemdes@gmail.com
Website SID : www.grujugankecpetanahankebumenkab.go.id

Nomor : 005 / 347

28 Agustus 2024

Sifat : -

Hal : **Permohonan Pembicara**

Kepada :

Yth. **Bapak Mohammad Agus Khoerul
Wafa,SEI,MEK,RFC**
Widya Wiwaha Training Center
Yogyakarta

di-

Yogyakarta

Dengan hormat,

Berdasarkan Dokumen Pelaksanaan Anggaran APB Desa Tahun 2024 Program Pengembangan Sistem Informasi Desa , kami bermaksud menyelenggarakan kegiatan Penguatan Kapasitas Desa Online. Sehubungan dengan hal tersebut maka kami berharap sudilah kiranya agar bapak berkenan hadir sebagai pembicara pada acara tersebut yang akan dilaksanakan pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2024
Waktu : pkl 08.30 WIB – selesai
Tempat : Aula Kampung Tudung Desa Grujugan Kec.Petanahan
Tema : Medsos Mensejahterakan Desa Melalui Profesional Content Creator
Rundown acara : terlampir

Demikian untuk menjadikan periksa atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.





PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KECAMATAN PETANAHAN
DESA GRUJUGAN

Jalan Dewi Renges No.1 Kode Pos 54382 Grujugan-Petanahan
Alamat Email : grujugan.pemdes@gmail.com
Website SID : www.grujugankecpetanahankebumenkab.go.id

Nomor : 070 / 353

01 Oktober 2024

Sifat : -

Hal : **Ucapan Terima Kasih**

Kepada :

Yth. **Ibu Evi Rosalina Widyayanti, S.E.M.M**
Direktur Widya Wiwaha Training Center
Yogyakarta

di-

Yogyakarta

Dengan hormat,

Kami atas nama Pemerintah Desa Grujugan Kecamatan Petanahan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar besarnya kepada **Ibu Evi Rosalina Widyayanti, S.E.M.M** dari Widya Wiwaha Training Center Yogyakarta sebagai Pembicara dalam acara Penguatan Kapasitas Desa online yang telah berjalan dengan baik dan lancar pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2024
Waktu : pkl 08.30 WIB – selesai
Tempat : Aula Kampung Tudung Desa Grujugan Kec.Petanahan Kab.Kebumen
Tema : Medsos Mensejahterakan Desa Melalui Profesional Content Creator

Demikian untuk menjadikan periksa atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.





PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KECAMATAN PETANAHAN
DESA GRUJUGAN

Jalan Dewi Renges No.1 Kode Pos 54382 Grujugan-Petanahan
Alamat Email : grujugan.pemdes@gmail.com
Website SID : www.grujugankecpetanahankebumenkab.go.id

Nomor : 070 / 39
Sifat : -
Hal : **Ucapan Terima Kasih**

01 Oktober 2024

Kepada :
Yth. **Ibu Insiatiningsih, S.E.M.M**
Widya Wiwaha Training Center
Yogyakarta
di-

Yogyakarta

Dengan hormat,

Kami atas nama Pemerintah Desa Grujugan Kecamatan Petanahan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar besarnya kepada **Ibu Insiatiningsih, S.E.M.M** dari Widya Wiwaha Training Center Yogyakarta sebagai Pembicara dalam acara Penguatan Kapasitas Desa online yang telah berjalan dengan baik dan lancar pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2024
Waktu : pld 08.30 WIB – selesai
Tempat : Aula Kampung Tudung Desa Grujugan Kec.Petanahan Kab.Kebumen
Tema : Medsos Mensejahterakan Desa Melalui Profesional Content Creator

Demikian untuk menjadikan periksa atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.





PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KECAMATAN PETANAHAN
DESA GRUJUGAN

Jalan Dewi Renges No.1 Kode Pos 54382 Grujugan-Petanahan
Alamat Email : grujugan.pendes@gmail.com
Website SID : www.grujugankecpetanahankebumenkab.go.id

Nomor : 070 / 534

01 Oktober 2024

Sifat : -

Hal : **Ucapan Terima Kasih**

Kepada :

Yth. **Bapak Mohammad Agus Khoerul
Wafa,SEI,MEK,RFC**
Widya Wiwaha Training Center
Yogyakarta

di-

Yogyakarta

Dengan hormat,

Kami atas nama Pemerintah Desa Grujugan Kecamatan Petanahan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar besarnya kepada **Bapak Mohammad Agus Khoerul Wafa,SEI,MEK,RFC** dari Widya Wiwaha Training Center Yogyakarta sebagai Pembicara dalam acara Penguatan Kapasitas Desa online yang telah berjalan dengan baik dan lancar pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2024
Waktu : pkl 08.30 WIB – selesai
Tempat : Aula Kampung Tudung Desa Grujugan Kec.Petanahan
Kab.Kebumen
Tema : Medsos Mensejahterakan Desa Melalui Profesional Content
Creator

Demikian untuk menjadikan periksa atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.





WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER

Alamat: Jl. Lawanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55162

WIDYA WIWAHA
TRAINING CENTER

www.wwtc.stieww.ac.id



0851-8314-2890



wwtc@stieww.ac.id

DAFTAR ABSENSI PELATIHAN CONTENT CREATOR (INHOUSE TRAINING OFFLINE)

WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER (WWTC)

UNTUK DESA GRUJUGAN KEC. PETANAHAN KAB. KEBUMEN

Tema Workshop Peningkatan Kapasitas Desa Online "Medsos Mensejahterakan Desa"

No	Nama	Instansi	TTD
17	Alka Fidyahaya	Karang Taruna	17.
18	Widiyanto	BPD	18.
19	Intan Nur Asyidi	KSR	19.
20	Riztanti Yuliana	TA-PM	20.
21	Ressandi	PD	21.
22	A. Kharis	PD	22.
23	Lailatul M.	Pesa Cnlbe	23.
24	Blandani Hendrawardani	Dosen PPGI	24.
25	Eka Septianingsih	Media	25.
26	Septiana Dwi C.	Media	26.
27	Sumarsih	Pokdarwis	27.
28	AZZAURA K	PPGI	28.
29	Ali Muband	Media	29.
30	Taufik Susanto	Media	30.
31	Hanifah Marsahya	Karang Taruna	31.
32	Tafik Yulwadi	Karang Taruna	32.



WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER

Alamat: Jl. Lowanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan, Kec. Umbulharja, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55162

WIDYA WIWAHA
ESTABLISHED 1998

www.wwtc.stieww.ac.id

0851-8314-2890

wwtc@stieww.ac.id

DAFTAR ABSENSI PELATIHAN CONTENT CREATOR (INHOUSE TRAINING OFFLINE)

WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER (WWTc)

UNTUK DESA GRUJUGAN KEC. PETANAHAAN KAB. KEBUMEN

Tema Workshop Peningkatan Kapasitas Desa Online "Medsos Mensejahterakan Desa"



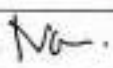


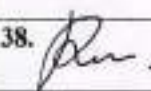


No	Nama	Instansi	TTD
1	Kusurwoyo	SDN Grujugan	1.
2	Sumrisno	- - -	2.
3	AHMAD IZBAI	- - -	3.
4	Agustina Aranda P.	PPGI	4.
5	Siti Nurjannah	PPGI	5.
6	Mila Laelatul H	PPGI	6.
7	Desi Sugarti	PPGI	7.
8	Fitriana Susanti	LC Grujugan	8.
9	Tri Widyuni	PPGI	9.
10	Iman Maulana	PPGI	10.
11	Yoga Nugroho	PPGI	11.
12	Dwi Khoirul Anam	PPGI	12.
13	Candra Ahmad Latif P.	PPGI	13.
14	Widya Andy Febrizanti	PPGI	14.
15	Ade Pangestu	PPGI	15.
16	M. Haikal Ramdhani	PPGI	16.

DAFTAR ABSENSI PELATIHAN CONTENT CREATOR (INHOUSE TRAINING OFFLINE)

WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER (WWTC)

UNTUK DESA GRUJUGAN KEC. PETANAHAH KAB. KEBUMEN

Tema Workshop Peningkatan Kapasitas Desa Online "Medsos Mensejahterakan Desa"

No	Nama	Instansi	TTD	
33	Kantiyana		33.	
34	Farhan Alfredo		34.	
35	Nawang		35.	
36	Dewan		36.	
37	Wanis		37.	
38	Rosa		38.	
39	Wafa		39.	
40	IIN		40.	
41			41.	
42			42.	
43			43.	
44			44.	
45			45.	
46			46.	
47			47.	
48			48.	

DOKUMENTASI



PELATIHAN CONTENT CREATOR (INHOUSE TRAINING/OFFLINE) WIDYA WIWAHA TRAINING CENTER (WWTC) UNTUK DESA GRUJUGAN KEC. PETANAHAN KAB. KEBUMEN

Tema: Workshop Peningkatan Kapasitas Desa Online "Medsos Mensejahterakan Desa"



Penandatanganan MOU dengan Desa Grujugan



Sambutan Kepala Desa Grujugan, Kec. Petanahan, Kab. Kebumen



Evi Rosalina Widyayanti, S.E., M.M.
Narasumber 1



Insiatiningsih, S.E., M.Si
Narasumber 2



Mohammad Agus Khoirul Wafa, SEI, MEK,
RPCR
Narasumber 3



Mahfud, S.E., M.M.
Narasumber 4



Praktik Langsung bersama Peserta Pelatihan Content Creator Desa Grujugan



Kerajinan yang dihasilkan oleh warga di Desa Grujugan



Kampung Tandang Desa Grujugan Kec. Petanahan Kab. Kebumen



Selasa, 01 Oktober 2024



09.00 - 16.00 WIB



Desa Grujugan Kec.
Petanahan Kab. Kebumen



Foto Bersama para Narasumber dan Peserta Pelatihan di Desa Grujugan