

LAPORAN AKHIR

PROGRAM PENGABDIAN DESA BINAAN



**BRANDING POTENSI DESA SUKOREJO
SEBAGAI DESA PENGHASIL PRODUK KOPI
MELALUI KARYA AUDIOVISUAL**

Oleh:

Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.
Soekma Yenny Astuti, S.Sn., M.Sn.

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS JEMBER
2021**

HALAMAN PENGESAHAN
HIBAH PENGABDIAN DESA BINAAN

Judul Penelitian/ Pengabdian : Branding Potensi Desa Sukorejo Sebagai Desa Penghasil Produk Kopi Melalui Karya Audio Visual

Nama KeRis : Film dan Televisi (FITSI)

Ketua Peneliti :

a. Nama Lengkap : Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.

b. NIP./NRP. : 198612092018031001

c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

d. Program Studi : Fak. Ilmu Budaya/Televisi dan Film

e. Nomor HP : 081334643305

f. Alamat surel (e-mail) : fajaraji.sastra@unej.ac.id

Anggota (1) :

a. Nama Lengkap : Soekma Yeni Astuti, S.Sn., M.Sn.

b. NIP./NRP. : 198011282014042001

c. Perguruan Tinggi : Universitas Jember

Usulan Tahun ke - : 1

Biaya Keseluruhan : Rp. 30.000.000

Biaya usulan tahun berjalan :

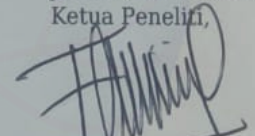
- Dana UNEJ : Rp. 30.000.000

- Dana institusi lain : Rp. 0 / In Kind tuliskan :

Biaya Yang Disetujui : Rp. 25.500.000

Mengetahui,
Ketua

Prof. Dr. Sulurno, M.Litt.
NIP. 196211081989021001

Jember, 20-12-2021
Ketua Peneliti,

Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198612092018031001

Mengetujui,
Ketua LP2M

Prof. Dr. Yuli Witono, S.TP., M.P.
NIP. 196912121998021001

DAFTAR ISI

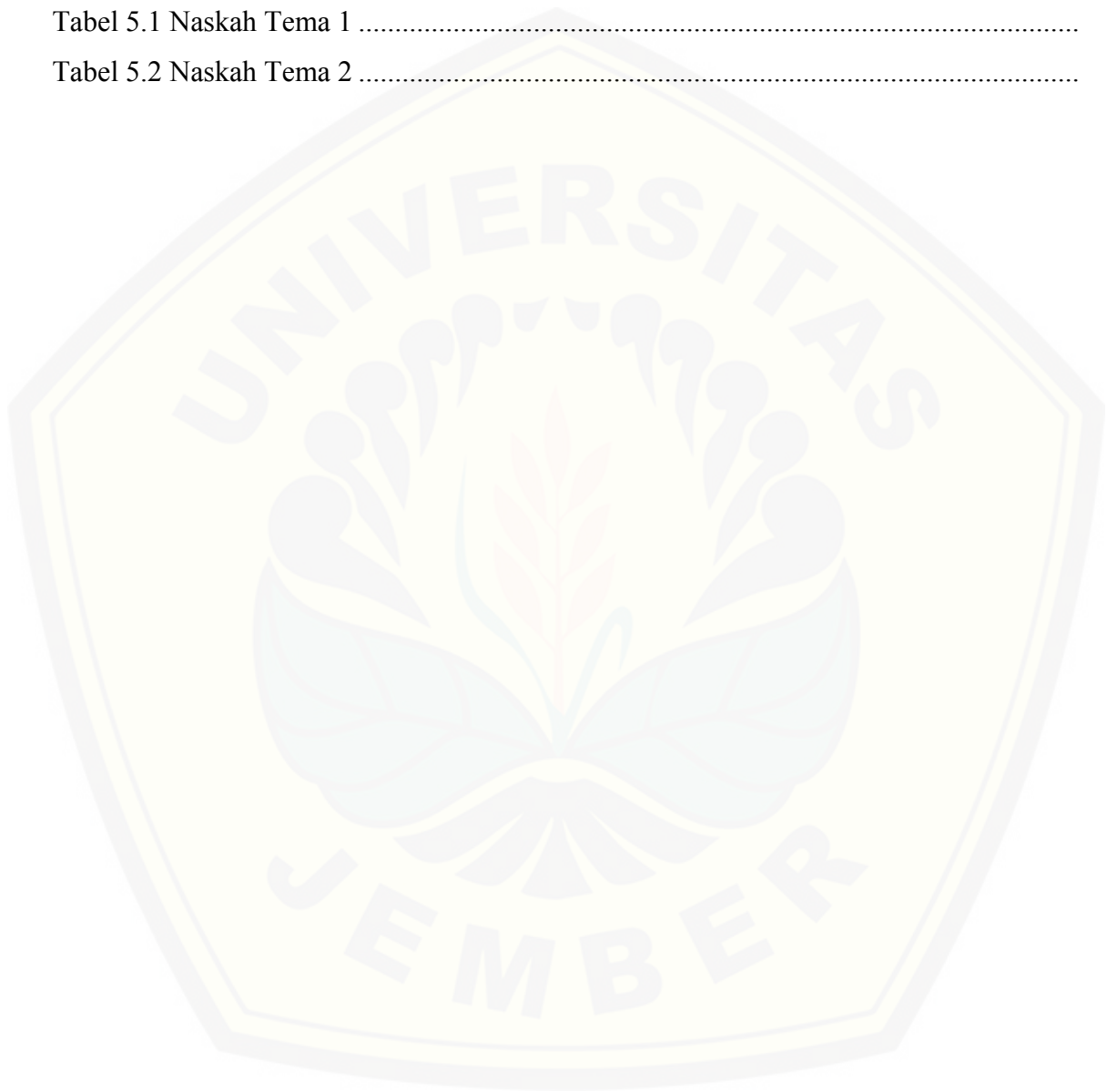
	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
RINGKASAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Analisa Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra dan Solusi yang Ditawarkan	3
BAB II TARGET DAN LUARAN	5
2.1. Solusi	5
2.2. Target Luaran	6
BAB III METODE PELAKSANAAN	8
3.1. Deskripsi Kegiatan	8
3.2. Pembuatan Iklan Audiovisual	9
3.3. Metode Pelaksanaan	11
BAB IV KELAYAKAN TIM PENGUSUL	13
BAB V PELAKSANAAN PENGABDIAN	15
BAB VI PENUTUP	31
DAFTAR PUSTAKA	32
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Brand Kopi Kluncing.....	1
Gambar 1.2 Brand Lembah Ijen.....	2
Gambar 1.3 Cover dan Daftar Isi Katalog Kopi	2
Gambar 3.1 Contoh <i>Time Schedule</i>	10
Gambar 3.2 Diagram Alur Proses Pembuatan Iklan Audiovisual	12
Gambar 5.1 Menyampaikan Program Pengabdian Kepada Masyarakat	18
Gambar 5.2 Mendiskusikan Tema Iklan Bersama UMKM Tahap 1	18
Gambar 5.3 Mendiskusikan Tema Iklan Bersama UMKM Tahap 2.....	19
Gambar 5.4 Kamera Sony A7S.....	23
Gambar 5.5 Kamera Drone	23
Gambar 5.6 Tripot Libec.....	24
Gambar 5.7 Memory Extreme	24
Gambar 5.8 <i>Lampu LED Portable</i>	24
Gambar 5.9 <i>Handy Recorder</i>	25
Gambar 5.10 <i>Test Camera</i>	26
Gambar 5.11 Syuting Barista.....	26
Gambar 5.12 Syuting Garasi.....	27
Gambar 5.13 Syuting Perkebunan Kopi	28
Gambar 5.14 Syuting Air Terjun	29

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Solusi yang Ditawarkan	6
Tabel 2.2 Rencana Target Capaian Solusi	7
Tabel 4.1 Daftar Tim Pengusul	14
Tabel 5.1 Naskah Tema 1	22
Tabel 5.2 Naskah Tema 2	22



RINGKASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung terciptanya branding dan promosi yang telah dilakukan oleh Desa Sukorejo Bondowoso. Belum terdapat masyarakat atau pihak desa yang melakukan promosi dan branding karena memiliki pelbagai kendala dan permasalahan baik berupa permasalahan teknis, maupun konseptual. Oleh sebab itu langkah – langkah konkrit kegiatan pengabdian ini untuk memecahkan masalah tersebut antara lain; 1) Membuat media publikasi secara khusus dalam rangka membranding potensi desa, 2) meningkatkan Sumber Daya Manusia, dan 3) pengelolaan media publikasi secara tersrtuktur, estetik, dan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama satu tahun, terhitung mulai tanggal diterimanya pengusulan proposal pengabdian ini pada tahun 2021 sampai dengan 12 bulan kemudian pada tahun 2022. Target atau luaran yang diharapkan pada kegiatan ini yaitu; Media Publikasi beserta konten serta kemampuan SDM yang dapat mengelola media publikasi secara mandiri tentang potensi wisata yang ada di Desa Sukorejo, Kabupaten Bondowoso.

Keyword: *kopi, branding dan publikasi, Sukorejo Bondowoso*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Desa Sukorejo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sumberwringin, Kabupaten Bondowoso. Kawasan yang berada di wilayah dataran tinggi ini menjadi sangat strategis karena berada di jalur utama jalan menuju wisata Kawah Ijen dan pendakian Gunung Raung. Desa Sukorejo juga dikenal sebagai wilayah yang memiliki komoditas utamanya adalah kopi. Hal ini dapat dilihat dari kenyataannya bahwa mayoritas penduduk Desa Sukorejo bermata pencaharian sebagai petani kopi, sehingga tidak sedikit penduduk Desa Sukorejo mempunyai usaha berbasis kopi baik masih dalam bahan belum jadi hingga sampai produk siap saji.



Gambar 1.1 Brand Kopi Kluncing
(Sumber: Berita Desa KKN UNEJ PDB ASTRA Kelompok 2)

Brand produk kopi yang ada di Desa Sukorejo yang sudah banyak dikenal, antara lain; *Kampung Kopi Kluncing*, *Kopi Lereng Ijen*, dan *Lembah Ijen*. Salah satu brand yang ada merupakan jenis kopi yang difermentasi dari feses Luwak. Pemasaran dan konsumennya selain dari dalam negeri, juga terdapat dari luar negeri. Mekanisme penjualannya masih terbatas pada koneksi antar teman dan memanfaatkan para wisatawan yang ada ke Kawah Ijen maupun Gunung Raung.



Gambar 1.2 Brand Lembah Ijen
(Sumber: Berita Desa KKN UNEJ PDB ASTRA Kelompok 2)

Sejak ditetapkannya kondisi pandemi pemerintah pada awal tahun 2020 karena wabah virus Covid 19 berdampak pada penjualan produk kopi di Kecamatan Sumberwringin khususnya Desa Sukorejo. Hal ini tentu saja berpengaruh pada perekonomian masyarakat terutama yang berkecimpung di bidang perkopian. Kurangnya pemahaman dari para pelaku usaha kopi tentang cara pemasaran yang cocok di masa pandemi membuat semakin sulit dalam proses penjualan produk kopi yang tersedia, sehingga memutus komunikasi para pecinta kopi terhadap produk kopi khas Desa Sukorejo karena situasi pandemi.



Gambar 1.3 Cover dan Daftar Isi Katalog Kopi
(Sumber: Produk KKN UNEJ PDB ASTRA Kelompok 2)

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dialami oleh pelaku usaha di Desa Sukorejo, Universitas Jember telah mengirim mahasiswa KKN periode 1 pada tahun ini untuk membantu memecahkan permasalahan yang dialami. Beberapa hal yang telah dilakukan antara lain; pertama, pendataan ulang terhadap semua pelaku usaha kopi yang ada untuk mempermudah proses pengenalan berbagai produk kopi yang ada di Desa Sukorejo demi membantu perekonomian dari tiap pelaku usaha kopi, kedua, pengoptimalan media yang dimiliki oleh para pelaku usaha kopi dalam proses pengenalan produk kopi yang mereka miliki, ketiga dilakukan pelatihan tentang cara pemasaran produk menggunakan berbagai inovasi yang memang belum pernah mereka lakukan sebelumnya, seperti dengan menggunakan toko online yang memanfaatkan berbagai media yang ada, dan keempat pengajuan sertifikasi halal serta hak paten brand produk kopi sesuai dengan mekanisme yang tepat agar bisa meningkatkan nilai jual produk serta mengantisipasi *klaim* yang dilakukan oleh orang lain.

Hasil dari keempat tahapan yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKN berbentuk katalog kopi yang menjelaskan tentang macam-macam brand yang ada di Desa Sukorejo. Pendataan brand yang ada dalam satu wadah ini bertujuan untuk mempermudah wisatawan untuk mengakses informasi mengenai produk kopi yang dimiliki. Kemudian melalui pengelompokan tersebut dapat dilakukan penjualan secara online, sehingga konsumen dapat mengetahui berbagai jenis kopi dan menjadi daya tarik bagi wisatawan asing maupun lokal ketika melalui jalur utama menuju kawasan Wisata Kawah Ijen dan Gunung Raung. Kondisi ini yang kemudian diharapkan dapat menjadi solusi penjualan produk kopi yang turun pada masa pandemi.

1.2 Permasalahan Mitra

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya bahwa Desa Sukorejo khususnya para pelaku usaha kopi memiliki berbagai kendala dan permasalahan baik berupa permasalahan teknis maupun konseptual dalam mempromosikan secara luas produk kopi yang dimiliki. Melalui program KKN Mahasiswa Universitas Jember telah dilakukan pendataan hingga sampai

pembuatan katalog produk kopi yang ada di Desa Sukorejo. Hal tersebut perlu dilakukan tindak lanjut guna memecahkan permasalahan yang belum terselesaikan khususnya dalam mempromosikan potensi yang ada di desa. Oleh sebab itu, akan dirumuskan dan dipetakan sebagai landasan prioritas yang akan ditangani dalam kegiatan pengabdian desa binaan selama satu tahun. Adapun rumusan masalahnya akan diuraikan sebagai berikut,

1. Desa Sukorejo belum memanfaatkan media audiovisual untuk menarik wisatawan, serta secara khusus dalam hal mebranding potensi yang ada di Desanya.
2. Melakukan pembrandingan produk yang sudah dilakukan pendataan sebelumnya melalui karya audiovisual sebagai upaya tindak lanjut.
3. Berbagai potensi desa Sukorejo sebagai desa dengan penghasil produk kopi dengan kualitas premium tidak terkabarkan dengan baik, sehingga kegiatan dan capaian-capaiannya kurang maksimal.

BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Permasalahan yang dipaparkan pada subbab permasalahan mitra akan dilakukan penyelesaian melalui program pengabdian berkala dalam waktu satu tahun. Adapun solusi yang ditawarkan pada pengabdian tahun pertama untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi Desa Sukorejo sebagai berikut:

1. Menciptakan dan mengelola media publikasi yang efektif dan efisien dalam membranding Desa Sukorejo sebagai salah satu Desa Penghasil Produk Kopi dengan kualitas premium di Kecamatan Sumberwringin.
2. Memberikan edukasi kepada pelaku usaha kopi di desa Sukorejo tentang konsep-konsep dan metode dalam penciptaan iklan Audiovisual untuk membangun branding dari produk yang dimiliki.
3. Merumuskan konsep branding berdasarkan potensi yang dimiliki kemudian memformulasikannya ke dalam karya iklan audio-visual yang dapat menunjang branding desa Sukorejo sebagai Desa penghasil Produk Kopi.

No	Permasalahan	Solusi	Keterangan
1	Desa Sukorejo belum memiliki media publikasi yang menarik khususnya untuk mebranding potensi Desanya.	Menciptakan dan mengelola media publikasi yang efektif dan efisien dalam membranding Desa Sukorejo sebagai Desa penghasil Produk Kopi	Merancang media publik guna membranding Desa Sukorejo sebagai Desa penghasil Produk Kopi
2	Belum adanya kesadaran pelaku usaha kopi di Desa Sukorejo, sehingga branding tidak berjalan maksimal karena kurangnya sumber daya manusia yang memiliki	Memberikan edukasi kepada masyarakat desa Sukorejo khususnya pelaku usaha kopi tentang konsep-konsep dan metode dalam penciptaan iklan Audiovisual dalam	Pelatihan tentang membuat video publikasi yang menarik guna membranding potensi Desa Sukorejo

	kompetensi.	branding produk kopi yang dimiliki.	
3	Belum melakukan pemanfaatan media audiovisual untuk melakukan branding produk yang dimiliki sehingga dapat dikelan oleh masyarakat secara luas.	Merumuskan konsep branding berdasarkan potensi yang dimiliki kemudian memformulasikannya ke dalam karya iklan audio-visual yang dapat menunjang branding desa Sukorejo sebagai Desa penghasil Produk Kopi.	Memetakan potensi dan memformulasikan ke dalam karya iklan audiovisual.

Tabel 2.1 Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Desa Sukorejo

2.2 Target Luaran

Luaran yang hendak diupayakan dan dicapai melalui program pengabdian Desa Binaan bersama Desa Sukorejo, Kecamatan Sumberwringin, Kabupaten Bondowoso ialah:

1. Memiliki media publikasi yang efektif dan efisien guna membranding Desa Sukorejo sebagai Desa penghasil Produk Kopi
2. Peningkatan sumber daya manusia dalam bidang proses kreatif penciptaan iklan audiovisual.
3. Branding Desa Sukorejo melalui produk iklan audio-visual guna mencapai Desa Sukorejo sebagai Desa penghasil Produk Kopi
4. Publikasi satu artikel pengabdian
5. Iklan audiovisual yang diunggah di youtube LP2M.

2.3 Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal internasional	<i>draft</i>
2	Publikasi pada media massa cetak/online/repository PT	Sudah terbit
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas,	penerapan

	kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	penerapan
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Sudah dilakukan
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal nasional	Tidak ada
2	Jasa; rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	produk
3	Inovasi baru TTG	Tidak ada
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tana,an, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	draf
5	Buku ber ISBN	Tidak ada

Tabel 2.2 Rencana Target Capaian Luaran

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukorejo, Kecamatan Sumberwringin, Kabupaten Bondowoso akan diterapkan beberapa metode pelaksanaan dan pendampingan. Pernyelesaian permasalahan yang akan dihadapi dan dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, maka akan dilakukan kegiatan – kegiatan dengan mengintegrasikan teknologi Audiovisual untuk memproduksi iklan Audiovisual. Secara rinci kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan sebagai berikut

3.1. Deskripsi Kegiatan

Pihak mitra merupakan masyarakat Desa Sukorejo sebagai pelaku bidang usaha pengolahan kopi yang masih minim pengetahuan dan pemahaman dalam membentuk dan mengelola promosi atau branding melalui media Audiovisual. Hal ini menyebabkan sulitnya meningkatkan penjualan dan distribusi produk kopi yang dihasilkan. Dengan memproduksi iklan Audiovisual tentang produk kopi yang dimiliki, maka diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk serta mampu menjangkau target pasar yang tidak hanya di daerah Bondowoso saja namun juga dikenal secara nasional bahkan internasional. Selain itu, langkah ini dapat menjadi cara dalam mengatasi turunnya minat penjualan di era pandemi dan mendukung penyebarluasan informasi mengenai produk kopi dan juga metode pembelian secara online. Berdasarkan analisis permasalahan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka tahapan –tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam program ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi dan mengeksplorasi kualitas produk.
- b. Sosialisasi bentuk program yang ditawarkan.
- c. Diskusi dan rapat penyusunan metode pembuatan iklan
- d. Melakukan proses pembuatan iklan Audiovisual.
- e. Melakukan editing terhadap pengambilan gambar dan memberikan sentuhan audio, musik dan narasi.
- f. Evaluasi hasil.

3.2. Pembuatan Iklan Audiovisual

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Branding Potensi Desa Sukorejo Sebagai Desa Penghasil Produk Kopi Melalui Karya Audiovisual” meliputi 3 kegiatan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Kegiatan ini merujuk pada mekanisme kerja standar produksi Audiovisual Menurut Wibowo (2007) dalam proses penggarapan karya terdiri dari tiga bagian yang sering disebut *Standart Operating Prosedur* (SOP), Yaitu :

3.2.1 Pra Produksi

Tahapan pra produksi sangat diperlukan, karena pada tahap ini rencana kerja produksi ditentukan. Dalam tahap pra produksi ada tiga unsur :

a. Penemuan Ide

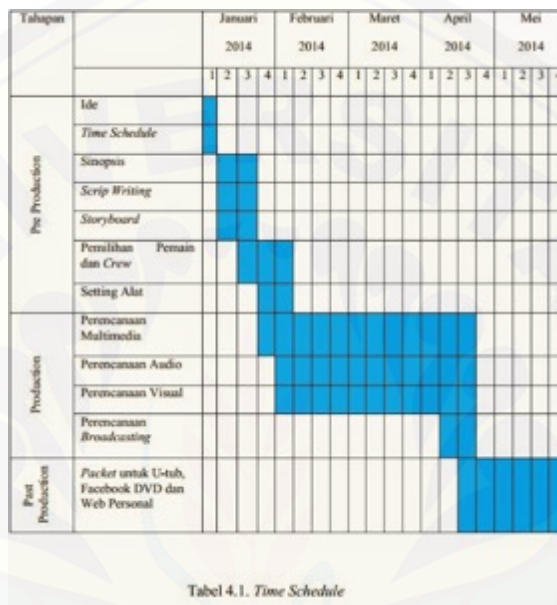
Penggalan sebuah gagasan atau penemuan ide banyak didapatkan dengan berbagai macam cara dan bentuk, baik melalui observasi, menonton karya audiovisual lainnya atau bahkan dari data-data yang ada, seperti buku, komik, jurnal dll. Pada tahapan ini pengabdian memperoleh sebuah tema yaitu tentang produk kopi. Gagasan atau ide tersebut kemudian dikonkretkan menjadi sebuah tema besar. Dalam pemilihan ide pada pembuatan karya Audiovisual ini, produk kopi desa Sukorejo sebagai tema dasar diperoleh melalui pengamatan secara langsung. Setelah tema sudah bisa dipastikan, kemudian riset dijalankan untuk mencari bahan-bahan yang diperlukan dalam isi tayangan. Riset yang telah dilakukan meliputi riset kepustakaan, riset lapangan dengan melakukan observasi lokasi pengambilan gambar serta konsultasi-konsultasi dengan pihak-pihak yang berkompeten dalam bidang ini seperti pelaku pengolahan, Kepala Desa, Camat, serta Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bondowoso.

b. Perencanaan

Tahapan perencanaan ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), memilih lokasi dan *crew* yang akan membantu proses produksi. Selain itu pada tahapan ini disusun estimasi biaya termasuk sumber pendanaan dan alokasi biaya produksi.

c. Persiapan

Tahapan ini antara lain menyelesaikan semua perijinan dan surat menyurat, membuat *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan untuk produksi. Hal itu dilakukan sesuai dengan jangka waktu kerja. Proses ini diawali dengan menyiapkan segala peralatan pengambilan gambar seperti kamera, lampu, dan peralatapendukung produksi lainnya.



Gambar 3.1 Contoh *Time Schedule* dalam proses pra produksi

3.2.2 Produksi

Pelaksanaan produksi dilakukan setelah semua persiapan dan perencanaan tahap pra produksi selesai. Hal ini dilakukan sesuai dengan jangka waktu kerja yang sudah ditentukan. Dalam pelaksanaan produksi, semua *crew* mewujudkan naskah yang sudah dibuat menjadi sebuah *shot-shot* atau susunan gambar yang berkesinambungan sesuai dengan skenario yang ada. Masa produksi dalam pembuatan iklan Audiovisual ini akan direncanakan dilaksanakan sekitar 15 hari.

3.2.3 Pasca produksi

Dalam pembuatan Iklan Audiovisual mengenai Kopi ini sesuai dengan perencanaan produksi, setelah proses pengambilan gambar atau produksi selesai maka melanjutkan ke proses pasca produksi adalah penyuntingan gambar (*editing*). *Editing* adalah sebuah proses pemilihan gambar yang selanjutnya

disusun dalam suatu *scene* atau *sequence* sehingga mampu menunjukkan suatu alur cerita dalam arti wajar dan logis, sehingga dapat dinikmati oleh khalayak penikmatnya. Proses editing iklan Audiovisual kopi akan membutuhkan waktu kurang lebih satu bulan untuk proses editingnya.

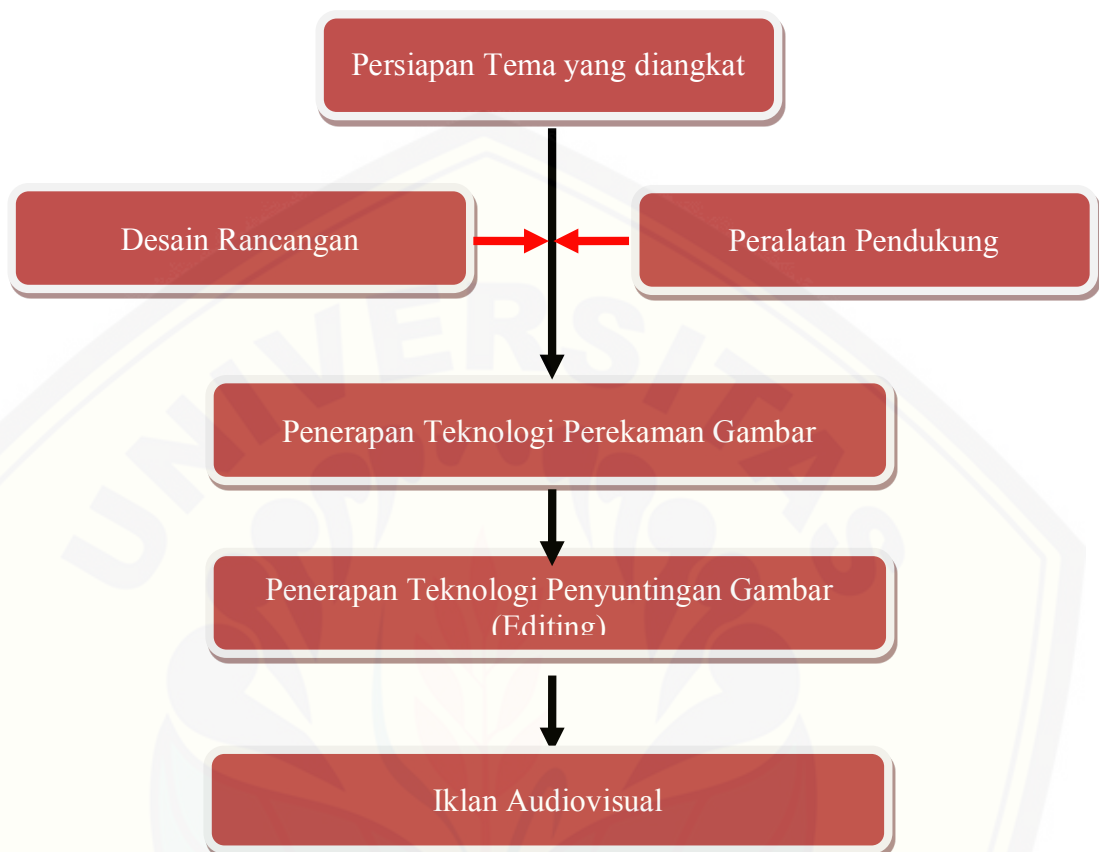
Iklan Audiovisual yang dihasilkan dapat didistribusikan melalui media seperti televisi lokal ataupun media sosial dan internet. Untuk mendukung distribusi iklan secara *online* maka perlu dibuat juga beberapa format iklan Audiovisual yang sesuai untuk sosial media yang berkembang sekarang ini.

3.3 Metode Pelaksanaan

Mekanisme metode pelaksanaan kegiatan ini dapat dibagi dalam tiga tahapan, antara lain meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Tahapan persiapan yang dilakukan dengan membentuk tim yang terdiri atas ketua tim pelaksana dan *crew* yang terdiri dari 3 mahasiswa. Ketua dan *crew* produksi mempersiapkan sampai dengan pelaksanaan kegiatan. Setelah tim terbentuk menyusun rancangan kegiatan selanjutnya yaitu observasi kepada mitra terkait dengan informasi mengenai keunggulan dan keunikan produk – produk kopi yang dihasilkan di Desa Sukorejo.

Setelah proses observasi dan survey lokasi, maka tim pun memasuki tahapan pelaksanaan atau produksi Audiovisual. Sebelum tahapan pelaksanaan, tim akan mempersiapkan seluruh sarana dan prasarana pendukung untuk memperlancar pelaksanaan kegiatan. Tahapan – tahapan yang dilaksanakan meliputi: pengadaan sarana dan peralatan produksi seperti kamera, lighting dan audio. Selanjutnya gambar yang dihasilkan akan digabungkan dengan narasi dan musik untuk mewujudkan iklan Audiovisual melalui proses editing. Setelah produk Audiovisual dihasilkan, dilanjutkan dengan distribusi iklan tersebut melalui media yang ditargetkan. Setelah dilaksanakan seluruh rangkaian kegiatan pra produksi hingga pasca produksi, maka pengusul akan menyusun pelaporan pelaksanaan kegiatan yang terdiri atas laporan narasi pelaksanaan dan laporan pertanggungjawaban keuangan. Langkah-langkah tahapan umum dari kegiatan produksi iklan Audiovisual produk kopi Desa Sukorejo melalui tahapan-tahapan

secara terstruktur yang ditunjukkan pada diagram proses pembuatan iklan kegiatan di Gambar 3.3 berikut;



Gambar 3.3. Diagram Alur Proses pembuatan Iklan Audiovisual

BAB IV
KELAYAKAN TIM PENGUSUL

Untuk menyelesaikan seluruh permasalahan dan kendala mitra (desa Sukorejo), sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, maka dibutuhkan SDM yang mempunyai kompetensi dibidang tersebut. Maka dari itu, berikut akan dipaparkan tentang profil dan jenis kepakaran yang dimiliki oleh pendamping (tim pengusul) beserta tugas dari masing-masing pendamping dalam kegiatan pengabdian sebagai berikut:

No	Nama / NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu/Keahlian	Uraian Tugas
1.	Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.	Universitas Jember	<ul style="list-style-type: none"> • Ilmu Film dan Televisi • Memiliki pengalaman pengabdian kepada masyarakat di SMK dan Kelompok masyarakat dalam bidang desain. • Memiliki karya yang berfokus bidang estetika • Memiliki pengalaman pengabdian masyarakat di Bulu Cindea Sulawesi Selatan dalam bidang wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyunting proposal • Membantu mengolah hasil observasi lapangan • Menganalisis data • Memberikan pelatihan tentang tata kelola dan desa wisata • Melakukan pendampingan dalam proses kreatif • Menyunting laporan akhir • Menyunting luaran pengabdian berupa video dan jurnal

2.	Soema Yenny Astuti, S.Sn., M.Sn.	Universitas Jember	<ul style="list-style-type: none"> • Kriya Seni • Memiliki pengalaman pengabdian kepada masyarakat di SMK dan Kelompok masyarakat dalam bidang desain. • Fokus pendalaman dalam bidang Tata Artistik dan Tata Rias Karakter dan Busana • Memiliki pengalaman pengabdian masyarakat mengenai PKM Kreativitas Film Pendek “Sehat Reproduksi Remaja” Ramah Kearifan Lokal Pada Kelompok Siswa SMP 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun proposal • Mengumpulkan data lapangan melalui observasi partisipatoris dan wawancara • Mengklasifikasi dan menganalisis data • Memberikan pelatihan tentang tata kelola dan sistem manajerial desa wisata • Melakukan pendampingan dalam proses kreatif • Melakukan kegiatan pengembangan sektor material • Membuat laporan hasil kegiatan PKM • Menyelesaikan luaran penelitian.
----	----------------------------------	--------------------	--	---

Tabel 4.1. Daftar tim pengusul, uraian kepakaran dan tugas pengusul

BAB V PELAKSANAAN PENGABDIAN

5.1 Peran dan Fungsi Iklan Audiovisual

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat merubah dan memudahkan terjadinya komunikasi antar manusia. Komunikasi merupakan suatu proses menyangkut hubungan antara manusia dengan lingkungan disekitarnya. Tanpa adanya komunikasi, manusia akan terpisah dari lingkungannya, namun tanpa adanya lingkungan, komunikasi akan menjadi kegiatan yang tidak relevan. Dengan kata lain manusia berkomunikasi memerlukan adanya hubungan dengan lingkungan. Ketika dalam berkomunikasi, manusia tentunya memerlukan media komunikasi. Media komunikasi adalah semua sarana yang dipakai untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan ataupun menyebarkan dan juga menyampaikan Informasi (Djito:2008). Dalam hal ini media komunikasi sangat diperlukan sebagai sarana pemasaran / promosi produk / kegiatan.

Pembuatan media promosi iklan audiovisual membutuhkan sumber daya yang relatif lebih kecil daripada produksi audiovisual lainnya seperti program televisi ataupun film, namun proses penggarapan yang terdiri dari tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi tetap harus dilewati. Diantaranya adalah menggali visi dan misi dari mitra, mengambil *footage* dari produk secara visual dan menggabungkannya dengan narasi audio dan musik untuk menciptakan produk iklan audiovisual. Kemudian hasil produksi audiovisual tersebut, akan melewati proses editing dan eksebishi serta distribusi melalui media seperti televisi dan *online*.

Dewasa ini perkembangan media pemasaran mengalami perkembangan yang signifikan. Promosi sebelum adanya kemudahan akses media online, hanya dapat dilakukan melalui media cetak dan elektronik, tetapi sekarang mayoritas masyarakat memanfaatkan teknologi internet. Keunggulan dari internet memungkinkan kita dapat mengakses kapan saja dan dimana saja. Magnadi (2011) mengatakan bahwa di dalam sebuah perguruan tinggi melalui teknologi informasinya akan bisa menciptakan *city branding* untuk pertumbuhan

perekonomian daerah tersebut menggunakan kearifan lokalnya, sehingga akses-akses teknologi tersebar disekitar atau daerah yang memiliki lokasi perguruan tinggi, maka akan menimbulkan kemudahan di dalam melakukan proses pemasaran produk. Pola pemasaran produk secara *online* menurut Kotler (2001), mengatakan bahwa pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik.

Kotler menyatakan layanan online menjadi populer bagi *pelanggan* karena: (1) Kemudahan. Pelanggan dapat memesan produk 24 jam. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, melewati gang yang panjang untuk mencari barang. Mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan barang yang dicari sudah habis. (2) Informasi. Pelanggan memperoleh informasi tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka. Sehingga dapat lebih selektif dalam hal harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan. (3) Rongrongan yang lebih sedikit. Pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan. Dengan melihat manfaat dan kemudahan mempromosikan produk kesenian melalui media internet, serta banyak manfaat yang didapatkan melalui pola pemasaran secara *online*, yaitu efektifitas dengan jangkauan informasi yang luas dan mudah diakses selama 24 jam, Efisiensi dapat membuat konsumen mengeluarkan biaya yang rendah, konkrit membantu konsumen mempercepat isi pesan yang memiliki sifat abstrak, maka inilah pola pemasaran produk / kegiatan yang akan jadi sarana utama bagi produk luaran pengabdian ini.

Ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam menyusun pembuatan konten *website* atau media promosi *online*, yaitu:

- a. Produk dan pasar
- b. Menulis deskripsi produk yang benar
- c. Membedakan dengan media promosi seperti media cetak atau media elektronik lain seperti radio dan televisi
- d. Relevan, yaitu cakupan, kedalaman, tingkat kesukaran dan urutan penyajian materi media promosi.

- e. Sistematis, yaitu komponen-komponen silabus saling berhubungan secara fungsional dalam mencapai tujuan promosi
- f. Aktual dan kontekstual
- g. Fleksibel sehingga penataan halaman muka situs tersebut dapat dirubah sesuai dengan kepentingan promosi dan perubahan pasar.
- h. Menyeluruh dan mampu menjelaskan semua aspek dari unit usaha dan produk

5.2 Produksi Iklan Kopi

5.2.1 Tahap Pra Produksi

Penentuan Ide dan Tema

Penentuan Ide dan Tema dalam pembuatan iklan audiovisual sebagai branding promosi potensi Desa Sukorejo sebagai Desa Pengolah Produk Kopi dengan melibatkan Kepala Desa dan juga beberapa pelaku UMKM. Berdasarkan hasil diskusi panjang yang dilakukan bersama pelaku UMKM dan tim pengabdian UNEJ, kami memutuskan untuk mengambil beberapa tema untuk diangkat ke dalam produksi iklan. Ada dua tema iklan yang akan dibuat, **pertama** yakni tema petualang. Pemilihan tema ini didasarkan pada posisi desa Sukorejo yang secara geografis berada di lereng antara gunung Ijen dan gunung Raung. Lokasi ini menjadi salah satu tempat potensial dalam menghasilkan biji kopi berkualitas baik dalam jenis Arabika maupun Robusta. Kondisi geografis ini yang akhirnya menjadi salah satu pertimbangan para UMKM ingin melakukan branding bahwa produk kopi di desa mereka adalah kopinya petualang. Karena banyak para wisatawan yang mampir untuk menikmati kopi di daerah mereka adalah para petualang yang ingin menikmati indahnya alam wisata kawah Ijen dan juga para pendaki gunung Raung. Selain itu, di desa Sukorejo juga terdapat komunitas pecinta motor trail. Kehadiran motor trail ini selain sebagai bagian dari aktivitas berpetualang di desa Sukorejo, juga sebagai ikon yang nanti akan digunakan untuk menarasikan produk kopi yang ada di Kluncing Sukorejo adalah kopinya petualang.



Gambar 5.1 Menyampaikan Program Pengabdian kepada Kepala Desa Sukorejo
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kedua, yakni bertema pada proses pengolahan dan pembuatan produk bubuk kopi dan hasil seduhnya. Tema ini dipilih dan diambil karena ingin menunjukkan atau menarasikan bahwa produk yang dimiliki Kluncing Sukorejo melalui proses pengolahan yang terbaik. Hal ini supaya menjadi daya tarik secara langsung yang ditunjukkan melalui proses yang terukur, bersih, rapi, dan berkualitas.



Gambar 5.2 Mendiskusikan Tema Iklan bersama Pelaku UMKM Tahap 1
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kopi sebagai produk unggulan desa Sukorejo menjadi salah satu tumpuan ekonomi bagi beberapa masyarakat. Berbagai macam produk telah dibuat guna menghasilkan cita rasa khas kopi dari dataran tinggi lereng gunung Ijen dan gunung Raung. Harapan besar melalui dua tema yang diputuskan di atas dapat menghasilkan iklan audiovisual yang dapat menarasikan produk kopi Sukorejo kopinya para petualang dan juga produk kopi yang melalui proses yang terbaik.



Gambar 5.3 Mendiskusikan Tema Iklan bersama Pelaku UMKM Tahap 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Perencanaan dan Persiapan

Setelah menyusun tema, tim pengabdian UNEJ kemudian membuat pelbagai perencanaan guna pelaksanaan produksi 2 iklan audiovisual sesuai dengan tema yang sudah ditentukan. Perencanaan dimulai dari membuat 2 draft naskah iklan. Kedua naskah tersebut kemudian diturunkan menjadi beberapa catatan-catatan yang lebih detail, yaitu catatan tentang teknik pengambilan gambar (*type of shot*), catatan properti, catatan busana, catatan tentang peralatan

yang akan digunakan, jadwal produksi, *job desk* tiap divisi, perijinan lokasi shooting, catatan kebutuhan 20ogistic, dan lain sebagainya.

Seluruh catatan yang sudah dipersiapkan kemudian didistribusikan kepada masing-masing divisi antara lain, penyutradaraan, camera, audio, lighting, crew, dan divisi non teknis. Setelah semuanya lengkap dan seluruh kebutuhan produksi tercukupi kemudian kami melakukan pemberangkatan sesuai jadwal yang telah direncanakan. Kegiatan produksi direncanakan berlangsung selama tiga bulan. Minggu pertama sampai keempat di bulan September setiap hari kamis – minggu, tim melakukan observasi lapangan, diskusi dengan pelaku UMKM, mengurus segala perlengkapan di lokasi, menyelesaikan perijinan dan melakukan pencatatan evaluasi di lapangan. Minggu pertama sampai keempat bulan Oktober setiap hari kamis – minggu tim memulai proses pra produksi. Pengerjaan pada tahap ini menghasilkan naskah, peralatan yang digunakan, serta pemain dan tim yang membantu.

Naskah Iklan Tema 1

No	Adegan	Shot	Audio	Keterangan
1	<i>Bikers</i> mengambil Sepeda Motor	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Close Up Langkah</i> • <i>Close Up</i> tangan menghidupkan motor • <i>Medium Close Up</i> pemain beranjak mengendarai motor 	<i>Diegetik</i>	
2	<i>Landscape</i> pemandangan perkebunan kopi, Gunung Ijen dan Raung.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long Shot</i> perkebunan Kopi • <i>Long Shot</i> kawah Gunung Ijen • <i>Long Shot</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik VO: Sukorejo, <i>The Nature Potentials on the slopes of Mount Ijen and Raung</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
3	Petani memetik biji kopi.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> buah Kopi • <i>Close Up</i> tangan memetik buah kopi • <i>Medium Shot</i> petani memetik buah kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik 	
4	<i>Bikers</i> mengendarai	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> trail 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik 	Suara Ilustrasi

	motor trail melewati perkebunan Kopi dan pengolahan biji kopi.	<ul style="list-style-type: none"> • melintas • <i>Medium Close Up</i> trail melintas • <i>Full Shot</i> biji kopi • <i>Close Up</i> tangan memegang biji kopi • <i>Long Shot</i> trail melintas 	<ul style="list-style-type: none"> • VO: <i>Producers of excellent and qualified coffee products</i> 	Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
5	<i>Bikers</i> mengendarai motor trail melewati perkebunan Kopi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long Shot</i> trail melintas • <i>Full Shot</i> trail melintas • <i>Close Up</i> ban trail melintas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik 	
6	Pengolahan biji dan bubuk kopi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> biji kopi • <i>Full Shot</i> biji kopi • <i>Full Shot</i> bubuk kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: <i>Processed with the taste and heart</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
7	<i>Bikers</i> berhenti di beberapa tempat wisata alam Sukorejo	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long Shot</i> motor trail • <i>Full Shot</i> wajah ukiran batu gua • <i>Full Shot</i> aktifitas orang di gua • <i>Two Shot</i> 2 bikers • <i>Long Shot</i> 2 bikers 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik 	
8	<i>Bikers</i> dan seduh kopi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> 2 bikers • <i>Close Up</i> ban trail • <i>Close Up</i> seduh kopi • <i>Full Shot</i> seduh kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: <i>Creating a true heritage of coffee specialties</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
9	<i>Landscape</i> wisata Sukorejo dan 2 <i>Bikers</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long Shot</i> air terjun • <i>Full Shot</i> air terjun • <i>Full Shot</i> motor trail • <i>Long Shot</i> 2 bikers • <i>Close Up</i> band motor melewati air • <i>Medium Shot</i> <i>Bikers</i> cewek bukap helm 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik 	

10	2 <i>Bikers</i> menikmati kopi dan produk-produk kopi Sukorejo	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Medium Shot</i> 2 <i>Bikers</i> menikmati kopi • <i>Long Shot</i> 2 <i>Bikers</i> menikmati kopi • <i>Full Shot</i> produk kopi Sukorejo • <i>Full Shot</i> produk kopi Sukorejo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: Sukorejo <i>Coffee</i>, Sumberwringin, Bondowoso <i>the coffee for the adventurous souls</i>. 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
----	--	--	--	--

Tabel 5.1 Naskah Tema 1

Naskah Iklan Tema 2

No	Adegan	Shot	Audio	Keterangan
1	Barista sedang meracik kopi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> Barista • <i>Cull Up</i> tangan Barista • <i>Full Shot</i> biji kopi • <i>Full Shot</i> pengolahan biji kopi • <i>Full Shot</i> pengolahan biji kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: Sukorejo, <i>The producers of excellent and qualified coffee products</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
2	Barista memasak air dan menyeduh kopi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> api • <i>Full Shot</i> menyeduh kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: <i>Processed with taste and heart</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
3	Hasil seduhan kopi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Close Up</i> seduh kopi • <i>Full Shot</i> Barista seduh kopi • <i>Close Up</i> seduh kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: <i>Creating a true heritage coffee specialties</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.
4	Produk kopi Sukorejo	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Full Shot</i> gelas • <i>Full Shot</i> produk kopi Sukorejo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi Musik • VO: Sukorejo <i>Coffee</i>, Sumberwringin, Bondowoso . <i>The coffee for the adventurous souls</i> 	Suara Ilustrasi Musik dan VO terdengar tumpang tindih.

Tabel 5.2 Naskah Tema 2

Ketersediaan bahan seperti ide dan tema, serta draft naskah di atas digunakan untuk mempertimbangkan peralatan teknis yang digunakan. Kesuaian jenis peralatan dengan konsep yang dimiliki merupakan hal penting terkait estetika yang ingin dicapai. Setelah melakukan diskusi bersama tim produksi dengan berbagai pertimbangan seperti 1. Ketajaman gambar, 2. Media putar, 3. Estetika visual, dan 4. Kualitas audio, produksi iklan Audiovisual keripik tape ini menggunakan peralatan sebagai berikut:

1. Kamera Sony A7S



Gambar 5.4 Kamera Sony A7S
(Repro: Fajar Aji)

2. Kamera Drone DJI Mavic Pro



Gambar 5.5 Kamera Drone
(Repro: Fajar Aji)

3. Tripod Libec



Gambar 5.6 Tripod Libec
(Repro: Fajar Aji)

4. Memory Scandisk Extreme 32gb



Gambar 5.7 Memory Extreme 32gb
(Repro: Fajar Aji)

5. Lampu LED Portable



Gambar 5.8 Lampu LED Portable
(Repro: Fajar Aji)

6. H4 Handy Recorder



Gambar 5.9 Handy Recorder
(Repro: Fajar Aji)

Tahapan terakhir pra produksi adalah pemilihan kerabat kerja atau *crew* yang membantu jalannya produksi. Pemilihan kerabat kerja pembuatan iklan audiovisual ini dengan melibatkan mahasiswa Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jember baik yang sudah berstatus alumni maupun masih aktif. Produksi iklan kopi Sukorejo ini melibatkan sebanyak 5 Mahasiswa. Masing-masing mahasiswa menempati posisi tim produksi sebagai tim kreatif. Dengan konsep beserta tim yang sudah ada, kemudian dilanjutkan pada tahapan selanjutnya yaitu produksi iklan kopi Sukorejo.

5.2.2 Tahap Produksi

Produksi iklan Kopi Sukorejo dilaksanakan selama 4 hari mulai tanggal 18 hingga 21 November 2021. Pada hari Kamis 18 November 2021 digunakan untuk menentukan sudut pengambilan gambar sekaligus *test camera*. Kegiatan dimulai pukul 08.00 hingga 16.00WIB. Lokasi *test camera* dimulai di kedai kopi Kluncing, Kebun Kopi, Gua Butha, Air Terjun, dan berakhir di Garasi. Masing – masing lokasi hanya dapat dimaksimalkan kurang lebih selama 1 jam. Hal ini dikarenakan jarak lokasi satu dengan yang lain cukup jauh, dan juga pada hari pertama turun hujan diluar prediksi. Pemilihan lokasi yang digunakan sebagai latar syuting dengan mempertimbangkan arah cahaya matahari, sumber listrik, dan tempat – tempat yang dapat dipromosikan.



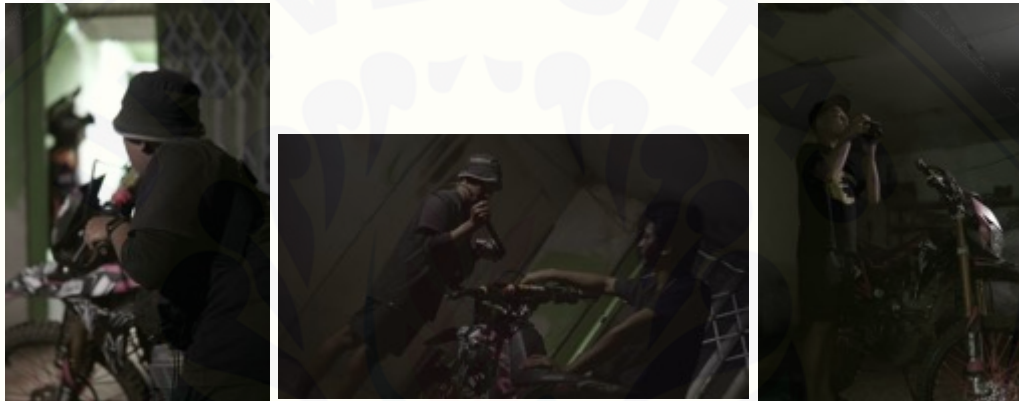
Gambar 5.10 *Test Camera*
(Dokumentasi Pribadi)

Pada hari Jumat 19 November 2021 syuting dilakukan di lokasi Indor terlebih dahulu. Pertimbangan ini dipilih karena pada saat syuting cuaca sedang tidak menentu, sehingga diputuskan syuting Barista meracik kopi dan Bikers berada di garasi menghidupkan motor. Tim melakukan setting lokasi, kamera, dan cahaya di kafe Barista meracik kopi dimulai pukul 07:00 hingga 08:30 WIB. Syuting dilaksanakan tepat pada pukul 09:00 hingga 10:30 WIB. Proses pengerjaan pengambilan gambar berjalan dengan lancar. Hal ini selain terdukung lokasi dan peralatan yang siap, juga pemeran Barista yang memang berprofesi sebagai Barista yang ada di rest area kopi Kluncing. Tim kemudian membereskan peralatan dan juga lokasi syuting yang digunakan. Pada pukul 11:30 istirahat melaksanakan sholat Jumat dan istirahat makan siang. Tepat pukul 13:00 WIB tim kemudian bergeser ke lokasi berikutnya yaitu di Garasi untuk pengambilan gambar Bikers menghidupkan motor trail.



Gambar 5.11 *Syuting Barista*
(Dokumentasi Pribadi)

Pelaksanaan syuting Bikers menghidupkan motor trail di lokasi garasi dimulai pukul 15:30 – 16:30WIB. Persiapan setting lokasi, kamera, dan cahaya dimulai pukul 14:00 – 14:45WIB. Karena waktu yang sudah mendekati masuk sholat Ashar, maka diputuskan pengambilan gambar sekalian setelah ibadah sholat Ashar. Pengambilan gambar Bikers berjalan lancar walaupun terdapat sedikit kendala listrik di lokasi syuting sempat padam, namun pemadaman hanya berlangsung selama 30, sehingga pengambilan gambar terhitung sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.



Gambar 5.12 Syuting Garasi
(Dokumentasi Pribadi)

Pelaksanaan syuting hari ketiga pada tanggal 20 November 2021 mengambil gambar di lokasi perkebunan kopi. Di lokasi ini selain pengambilan gambar adegan trail juga mengambil gambar pohon kopi serta petani sedang memetik buah kopi. Tim beserta pemeran Bikers sampai di lokasi pukul 07:00WIB. Sebelum dilakukan syuting pengadeganan Bikers menggunakan trail berkendara disekitar lokasi perkebunan, tim kamera terlebih dahulu mengambil *footage* petani sedang memetik buah kopi. Persiapan setting lokasi beserta kamera (drone) membutuhkan waktu kurang lebih selama 40 menit. Syuting kemudian dimulai tepat pukul 09:00WIB setelah tim kamera mengambil *footage* selesai. Pengambilan gambar di lokasi perkebunan kopi alhamdulillah berjalan lancar sampai pukul 11:30WIB, namun syuting hari ketiga efektif hanya bisa dilaksanakan setengah hari, hal ini dikarenakan setelah pukul 12:00 WIB hujan

turun hingga pukul 17:00 WIB. Awalnya setelah syuting perkebunan dilanjutkan ke Gua Butha, namun karena hujan akhirnya ditunda pada hari berikutnya.



Gambar 5.13 Syuting Perkebunan Kopi
(Dokumentasi Pribadi)

Pelaksanaan syuting hari keempat atau terakhir berjalan sesuai dengan rencana. Syuting hari terakhir dapat mengakomodir pengadeganan yang sebelumnya belum sempat diselesaikan akibat permasalahan cuaca. Di hari terakhir, Tim dapat menyelesaikan pengambilan gambar lokasi Gua Butha dan Air Terjun. Pada hari terakhir ini juga dapat mengambil *footage landscape* pemandangan Gunung Ijen dan Gunung Raung. Lokasi pertama yang dijadikan tempat pengambilan gambar yaitu di Gua Butha. Tim sampai dilokasi Gua Butha pada pukul 08:00WIB. Di lokasi ini terhitung sangat cepat pengambilan gambarnya mulai pukul 09:00 hingga 10:00WIB, karena hanya ingin menunjukkan situs yang ada di desa Sukorejo. Kemudian pada pukul 10:30WIB Tim bergeser menuju lokasi berikutnya yaitu di Air Terjun. Pada pukul 11:30WIB Tim sampai dilokasi air terjun langsung melakukan persiapan syuting hingga pukul 12:30WIB. Sebelum syuting Tim beserta pemain istirahat sholat Duhur sekaligus makan siang terlebih dahulu. Tepat pukul 13:00WIB Tim baru melakukan pengambilan gambar sampai pukul 15:00WIB. Dilokasi ini cukup memakan banyak waktu karena ada pengadeganan trail yang dikendarai Bikers perempuan harus melewati kubangan air dengan diambil secara *slow motion*. Latar belakang Bikers perempuan sebagai pecinta motor trail membuat

pengadeganan yang diinginkan dapat diselesaikan walaupun sempat diulang beberapa kali.



Gambar 5.14 Syuting Air Terjun
(Dokumentasi Pribadi)

Setelah pengambilan gambar pengadeganan trail selesai, kemudian tim kamera *drone* bergegas mengambil *footage* pemandangan Gunung Ijen dan Raung. Karena kebetulan di syuting hari terkahir cuaca bagus. Tepat pukul 17:30WIB Tim kemudian sampai di lokasi *basecamp* rest area kopi Kluncing di Sukorejo.

5.2.3 Tahap Pascaproduksi

Pasca produksi pengerjaan iklan Kopi Sukorejo dilakukan melalui dua tahapan yaitu; editing *offline* dan editing *online*. Editing *offline* dimulai dengan melakukan pemotongan gambar awal sesuai dengan naskah. Pemotongan gambar ini membutuhkan waktu kurang lebih selama 4 hari. Hasil gambar proses awal digunakan sebagai acuan pengambilan suara *voice over*. Pengambilan suara *voice over* membutuhkan waktu selama 2 hari dengan melibatkan penyiar radio dari Prosalina. Pemilihan penyiar radio ini karena menginginkan karakter suara berat biar menguatkan kesan maskulin secara audiovisual. Hasil penggabungan potongan gambar awal beserta *voice over* menjadi bahan untuk dilanjutkan pada tahapan editing *online*.

Editing *online* merupakan tahapan penggabungan seluruh bahan untuk dijadikan satu file. Proses ini meliputi hasil penggabungan video, audio, suara efek, dan *motion graphic*. Waktu yang dibutuhkan tahapan ini kurang lebih selama

5 hari. Sebelum dilakukan proses *render*, Tim produksi melakukan *preview* terlebih dahulu untuk melihat adanya kesalahan. Hasil akhir penggabungan semua file di *render* dengan *output* format MP4.

5.3 Monitoring Evaluasi Kegiatan yang Telah Dilaksanakan

Monitoring evaluasi kegiatan adalah tahapan yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan. Monitoring adalah ruang untuk memberikan jaminan pada terlaksananya suatu kegiatan meliputi: kesesuaian pelaksanaan dengan perencanaan, kegiatan yang sudah berjalan, mencatat kemajuan, inovasi dan permasalahan yang timbul, serta penyesuaian terhadap perubahan yang terjadi. Selanjutnya dalam menilai sebuah aktifitas kegiatan apakah masuk dalam taraf berhasil atau gagal menggunakan ruang evaluasi. Proses ini diperlukan untuk dilakukannya perubahan-perubahan beserta pengambilan keputusan untuk keberlanjutan kegiatan selanjutnya.

Kegiatan Monitoring dan Evaluasi dilaksanakan selama 3 bulan terhitung sejak hasil iklan Kopi Sukorejo diunggah di media video berbagi youtube. Hasil kegiatan monitoring evaluasi pada bulan pertama dapat diketahui bahwa dampak adanya iklan terhadap produk yang diiklankan lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Hal ini dapat dilihat dari *viewer* beserta kolom komentar pada akun iklan yang ada di media youtube. Selain itu, dengan adanya iklan sebagai media promosi pun secara tidak langsung akan lebih mengenalkan dan memberikan daya tarik kepada masyarakat secara luas, karena media youtube telah diakses oleh masyarakat diseluruh dunia.

BAB VI

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Sukorejo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso yang memiliki potensi alam yang luar biasa. Potensi ini selain dapat terlihat secara langsung dalam bentuk air terjun, gua butha dan beberapa objek wisata lainnya, juga dapat melahirkan masyarakat petani di bidang kopi karena memiliki kualitas tanah yang dapat menghasilkan biji kopi berkualitas. Melalui kegiatan pengabdian desa binaan di Desa Sukorejo, Kecamatan Sumberwringin dengan judul “Branding Potensi Desa Sukorejo sebagai Desa Penghasil Produk Kopi Melalui Karya Audiovisual” ini diharapkan dapat membantu memasarkan dan mempromosikan produk mitra beserta potensi alam yang dimiliki dapat dikenal masyarakat secara luas. Beberapa kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: (1) pelaksanaan kegiatan diskusi kepada mitra terkait unggulan produk sebagai materi untuk dijadikan iklan; (2) Pembuatan Iklan Audiovisual; dan (3) Pelaksanaan kegiatan monitoring dan evaluasi.

5.2. Saran

Kegiatan “Branding Potensi Desa Sukorejo sebagai Desa Penghasil Produk Kopi Melalui Karya Audiovisual” merupakan upaya lanjutan dari hasil program KKN Mahasiswa untuk mengenalkan produk mitra kepada masyarakat. Upaya untuk lebih dapat memperkenalkan dan memberikan daya tarik serta daya jual produk kepada masyarakat yang lebih luas, perlu peran aktif mitra yang secara terus menerus dengan memanfaatkan media visual secara masif dan kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Belch, GE, 2003, *Advertising and Promotion – an Integrated Marketing Communication Perspective*, 6th Edition, McGraw Hill, New York

Ernestina M, 2008, *Improving antioxidant activity and nutritional component of Philippine salt-fermented shrimp paste through prolonged fermentation*, Food Chemistry 111 : 72 – 77

Fred, Wibowo, Teknik Produksi Program Televisi, Surabaya, 2007, Pinus Book Publisher

<https://sd.unej.ac.id/berita-desa/kkn-unej-pdb-astra-kelompok-2-optimalisasi-pembuatan-katalog-umkm-kopi-dan-pengembangan-potensi-wisata-trail>

Katalog “Sejuta Rasa Sejuta Cerita” Wumberwringin Cooffee 2021. KKN UNEJ Periode 1 2021.

Magnadi RH, 2011, *Peran Perguruan Tinggi dalam Membangun “City Branding” yang berkelanjutan : Sebuah Upaya untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Daerah*”, Proceeding- Social, Ekonomi, dan Humaniora, Vol. 2, No. 1 p. 281-290

Sharif, 2008, *Toxicological Evaluation of Some Malaysian locally processed raw food product*, Food and Chemical Toxicology, 46, 368-374.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

A. Biodata Ketua Pelaksana

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
4	NRP	198612092018031001
5	NIDN/NIDK	0009128604
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Sukoharjo, 9 Desember 1986
7	E-mail	fajaraji.sastra@unej.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	081334643305
9	Alamat Kantor	Jl. Kalimantan No 37 Tegal Boto Jember
10	Nomor Telepon/Faks	0331-337188/0331-332738
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1= 25 orang; S-2= - orang; S-3= - orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Sinematografi 2. Tata Cahaya 3. Praktika Terpadu Fiksi 4. Praktika Terpadu Non Fiksi 5. Penyutradaraan Fiksi 6. Metode Penelitian (Jalur Karya) 7. Pengkajian Film 8. Komputer Desain

B. Riwayat Pendidikan

Nama Perguruan Tinggi	S-1	S-2	S-3
	ISI Surakarta	ISI Surakarta	
Bidang Ilmu	Televisi dan Film	Penciptaan dan Pengkajian Film	
Tahun Masuk-Lulus	2004-2009	2011-2013	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pewarnaan dan Pergerakan Kamera Pada Televisi Kreatif	Studi Estetika Film Nagabonar Jadi 2 Karya Deddy Mizwar	
Pembimbing	Setyo Tohari, S.Sn	Prof. Dr. Dharsono, M.Sn	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah

				(Juta Rp)
1	2017	Analisis Stilistik Bertutur Film Horor Indonesia Pasca Reformasi (Studi Kasus Film <i>Keramat</i> 2009)	Dana Internal Universitas Jember	9.000.000
2	2019	Kapitalisasi Televisi dan Rezim Rating: Invasi Terhadap Program Acara Pertelevisionan Indonesia.	DIPA UNEJ	30.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2017	Pelatihan Pemanfaatan Grafik Komputer: Pembuatan Logo dengan Corel Draw untuk Media Belajar kepada Siswa dan Siswi SMK Maa'rif Jurusan Multimedia.	Tim	1.000.000
2	2017	Pemanfaatan <i>CorelDraw</i> dalam Pembuatan Desain Grafis Kepada Anggota Ikatan Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Madiun (IKAPEMMA)	Tim	3.000.000
3	2018	Festival Layang-Layang CIP (Upaya Mewujudkan Gelanggang Festival Layang-Layang di Desa Curahcottok, Kec. Kapongan, Situbondo untuk Mengangkat Kesejahteraan Pengrajin)	DIPA UNEJ	30.000.000
4	2018	Branding Produk Keripik Tape Jember Melalui Iklan Audiovisual	DIPA UNEJ	10.000.000
5	2019	Eduwisata Sogaan (Solusi Mewujudkan Desa Sogaan Menuju Desa Wisata dan Mandiri Ekonomi)	DIPA UNEJ	30.000.000
6	2019	DEMEN DASI (Desa Mandiri Data dan Informasi) Desa Bulu Cindea Kecamatan Bungoro Kabupaten Pangkajene Kepulauan Sulawesi Selatan	DIPA UNEJ	25.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1	Konstruksi Pola Visual dalam Pembangunan Impresi Komedi Melalui Teknik Editing Sinetron Preman Pensiun 3 (Studi Kasus Episode 7, 9, 11, dan 18)	Layar	Vol. 4 No. 2, Desember 2017
2	Stilistik Realisme Genre Horor Sinema Indonesia Pasca Reformasi: Studi Kasus Film Keramat 2009	Capture	Vol. 10 No. 1, 2018
3	Strategi Promosi Film Warkop DKI Roborn: angkrik Boss! Part 1.	Rolling	Vol. 1 No 1, Juni 2018
4	The Branding of Jember Tape Chips Products Through Audiovisual Ads	Warta Pengabdian	Vol. 13. No 2, Juni 2019

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentatiton*) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Perangkat Pembelajaran Audiovisual Resusitasi Neonatus	2019	Mengembangkan Perangkat Pembelajaran	552/UN25.5.1/TU.3/2019

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial lainnya yang telah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

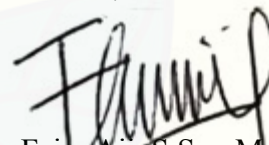
J. Penghargaan dalam 10 Tahun Terakhir

No	Jenis Penghargaan	Instansi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Juara 2 Lomba <i>Feature</i> Pertanian	Kementrian Pertanian	2011
2	Juara 3 Lomba Iklan Layanan Masyarakat	Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negera dan Reformasi Birokrasi	2013
3	Juara 2 <i>Short Movie Competition</i>	FIFGROUP	2014
4	Nominasi Kreasi Film Pendek Polri	POLRI	2015

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penelitian Dosen Pemula.

Jember, 6 Maret 2020



Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198612092018031001

B. Biodata Anggota

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Soekma Yeni Astuti, S.Sn. M.Sn.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
4	NRP	198011282014042001
5	NIDN/NIDK	0028118008
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Pekalongan, 28 November 1980
7	E-mail	ysoekma@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	08121507629
9	Alamat Kantor	Jl. Kalimantan No 37 Tegal Boto Jember
10	Nomor Telepon/Faks	0331-337188/0331-332738
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1= 25 orang; S-2= - orang; S-3= - orang

B. Riwayat Pendidikan

Nama Perguruan Tinggi	S-1	S-2	S-3
	ISI Surakarta	ISI Surakarta	
Bidang Ilmu	Kriya, Seni Rupa	Kajian Seni Rupa	
Tahun Masuk-Lulus	2000-2006	2008-2010	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Ragam Hias Batik Rifa'iyah Desa Kalipucang Kecamatan Batang	Ragam Hias Batik Bakaran Pati, Jawa Tengah	
Pembimbing	Drs. Achmad Sjafi'i, M.Sn	Prof. Dr. H. Soetarno	

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1.	2015	Representasi Feminisme pada Iklan White coffe	Mandiri	0
2.	2016	Konstruksi Estetis manusia dengan simbol-simbol negara pada film “Tanah surga katanya”	Mandiri	0
3.	2017	Film: Opera Jawa, sebuah Tembang Perlawanan Wanita Jawa	Mandiri	0
4.	2017	Pembinaan Dosen Pemula: Transformasi Tata Artistik	PNBP UNEJ	9.000.000
		Terhadap Bentuk Pertunjukan pada Wayang Kerte di Situbondo 2017		
5.	2018	Identifikasi Permasalahan dan Potensi Daerah Tapal Kuda Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat	PNBP UNEJ	30.000.000
6.	2018	PEMETAAN KARYA TUGAS AKHIR SKRIPSI PENCIPTAAN TELEVISI DAN FILM	PNBP UNEJ	15.0000.0000

D. Pengalaman Pengabdian kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1.	2013	Pendidikan dan pemberdayaan masyarakat: Upaya Meningkatkan Kesadaran Sejarah Pada Siswa Sekolah Dasar Dengan Pengenalan Sumber Sejarah	Mandiri	0,5

2.	2014	Ibm Kelompok Kesenian Wayang 'KERTE' di Kabupaten Situbondo	IbM Universitas Jember	0,5
3.	2016	Pemanfaatan Audiovisual untuk Pembelajaran	Mandiri	
4.	2017	Pelatihan Pemanfaatan Graphic Computer: Pembuatan Logo dengan Correl Draw untuk media belajar kepada siswa dan siswi SMK Ma'arif Jurusan Multimedia	Mandiri	-
5.	2017	Penyuluhan Pemanfaatan Correl Draw untuk kegiatan Produktif Kepada Anggota Ikatan Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Madiun (IKAPEMMA)	Mandiri	-
6.	2018	Aplikasi E-Commerce Dan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Brand Awareness Terhadap Produk Hasil Produksi 'Bintang Tani Sejahtera' Desa Karang Melok	PNBP UNEJ	25.000.000
7.	2018	Upaya Kesehatan Bersumberdaya Masyarakat melalui Pengembangan Sistem Informasi Posyandu di Desa Tanjungsari Kecamatan Krejengan Probolinggo	DIPA UNEJ	30.000.000
8.	2018	Technovariance Hasil Olahan Ampas Tahu Menjadi Jajanan Spesial Rumah Tangga	DIPA UNEJ	25.000.000
9.	2019	PKM Kreativitas Film Pendek "Sehat Reproduksi Remaja" Ramah Kearifan Lokal Pada Kelompok Siswa SMP	DRPM DIKTI	50.000.000
10	2019	Pengabdian Desa Binaan: UPAYA PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA MELALUI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA BATIK KHAS DESA TENGGIR	DIPA UNEJ	23.750.000

--	--	--	--	--

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Vol/No/Tahun
1.	Batik Bakaran Tradisi dan Kontemporer	Jurnal ilmiah Nasional tidak Terakreditasi	ISSN 2088-3307; Volume 5 No.1, Juni 2015, LITERASI, Jurnal Ilmiah Penerbit: Fakultas Sastra Universitas Jember
2.	<i>Opera Jawa: A Story About Javanese Woman' Resistance</i>	Proceeding "We Felling" in Dance: A Manifest of Intercultural Values	ISSN 2548-9755 Pusat Studi Tari Dunia (Center For World Dance Studies) ISI Surakarta 2017
3.	BAHASA RUPA TENTANG TRANSFORMASI WUJUD TOKOH EREN DALAM FILM <i>LIVE ACTION ATTACK ON TITAN PART 1</i>	Proceeding	ISBN: 978-602-258-507-7; wacana 4; 872; tahun 2018 Penerbit: Ombak

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Opportunity Sharing: Walk With Your Passion, Wisudawan FSRD ISI Surakarta Semester Genap 2016/2017	Memahami Potensi Diri dari seorang <i>Visual Desaigner</i>	Jumat, 11 Agustus 2017 di Kampus II ISI Surakarta

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Tata Rias karakter dan Busana untuk pertelevisian dan Film	2019	150	Unej Press

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1.	Buku Pegangan Bagi Fasilitator Program Kesehatan Reproduksi Remaja SMP	2019	Buku	000162314
2.	Buku Pegangan Bagi Siswa SMP Dalam Program Kesehatan Remaja	2019	Buku	000162303
3.	Film “Aku Sudah Dewasa”	2019	Film	000162719
4.	Film “Belum Saatnya Kau Kupinang”	2019	Film	000162718
5.	Film “Jangan Sia-siakan Waktumu dan Rokok Membunuhmu”	2019	Film	000162717

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

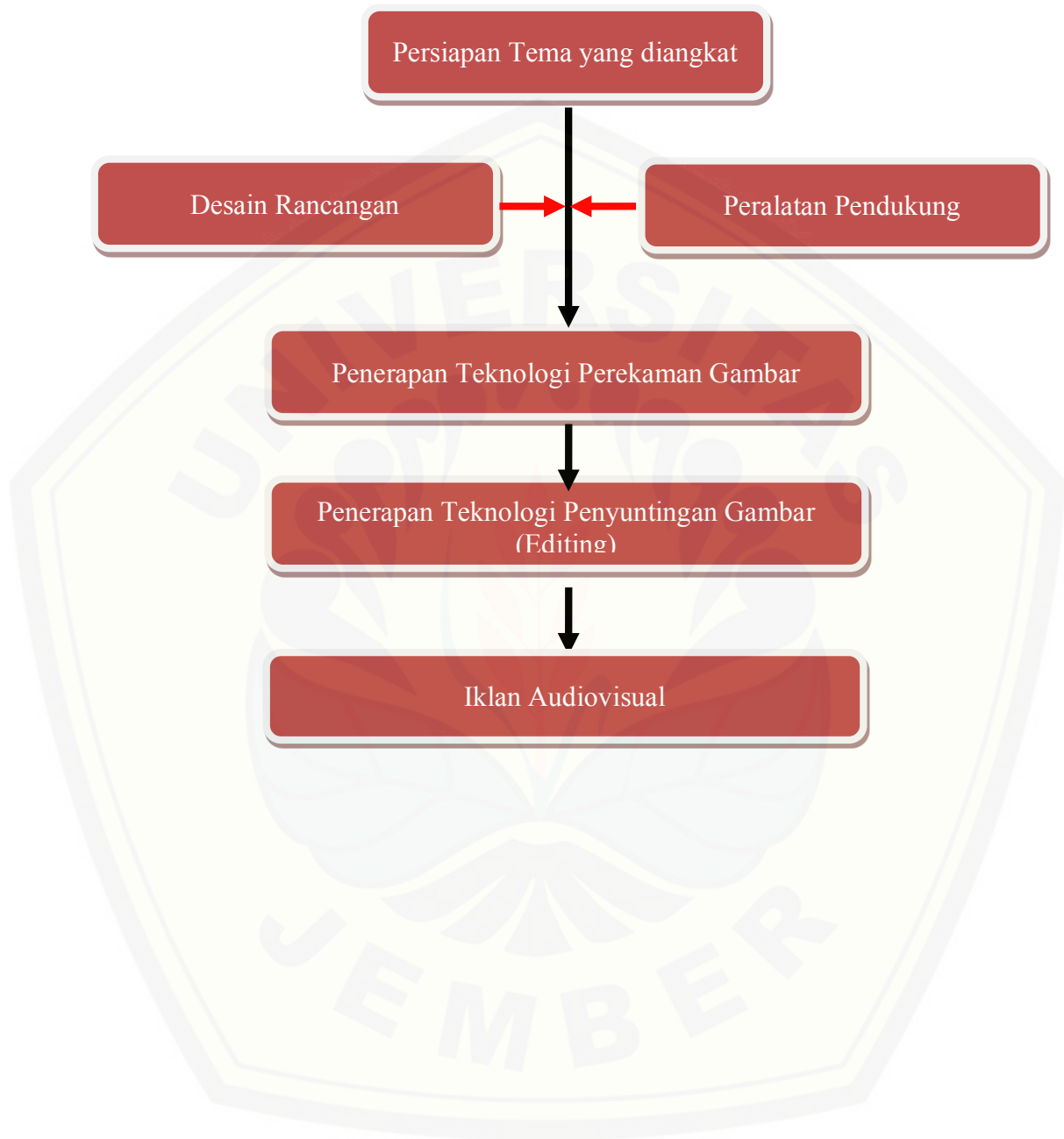
Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan kegiatan Penelitian.

Jember, 11 Oktober 2020



Soekma Yeni Astuti, S.Sn., M.Sn.
NIP.198011282014042001

Lampiran 2. Gambaran Iptek yang Akan Dilaksanakan Pada Mitra



Lampiran 3. Peta Lokasi Wilayah Mitra



Sukorejo, Kecamatan Sumberwringin



Lampiran 4. Surat Pernyataan Kesiediaan Mitra Kerjasama

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN BERMITRA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : SUMARNI
2. Jabatan : Kepala Desa
3. Desa : Sukorejo
4. Kecamatan : Sumberwringin
5. Kabupaten : Bondowoso
6. Alamat : Dusun Kluncing

Menyatakan bersedia untuk bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat skema Desa Binaan, guna menerapkan IPTEK dengan tujuan mengembangkan produk/jasa atau target sosial lainnya, dengan :

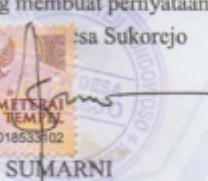
Nama Ketua Tim Pengusul : Fajar Aji, S.Sn., M.Sn.
Perguruan Tinggi : Universitas Jember

Bersama ini pula kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa di antara Kami dan Pelaksana Kegiatan Program tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bondowoso, 5 Maret 2021

Yang membuat pernyataan
Desa Sukorejo


SUMARNI

