

## PENGUATAN IDENTITAS DIGITAL KWT DEWI SRI GBA2 MELALUI WEB PROFILE DAN GOOGLE MYBUSINES

**Wardani Muhamad<sup>1</sup>, Robbi Hendriyanto<sup>2</sup>, Heru Nugroho<sup>3</sup>, Rixard George Dillak<sup>4</sup>,**

**M Yusuf Ramadhan<sup>5</sup>, Taufan Umbara<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

<sup>5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

e-mail: heru@tass.telkomuniversity.ac.id

### Abstrak

Pemasaran berbasis digital telah menjadi solusi efektif dalam mendukung promosi produk dan penyebaran informasi. Digital signage, sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi visual modern, menawarkan kemampuan untuk menyampaikan pesan secara dinamis, mudah diperbarui, dan menarik bagi audiens. Makalah ini berfokus pada penerapan teknologi digital signage di Kelompok Wanita Tani (KWT) 09 Dewi Sri, sebuah komunitas lokal yang aktif dalam kegiatan pertanian dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di wilayahnya. Tantangan utama yang dihadapi KWT 09 Dewi Sri adalah keterbatasan metode komunikasi tradisional dalam menyebarluaskan informasi terkait kegiatan, produk, dan program pelatihan mereka. Proses implementasi digital signage di KWT 09 Dewi Sri dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi identifikasi kebutuhan dan tujuan, perancangan konten, pengembangan dan instalasi perangkat, serta pelatihan dan pendampingan bagi anggota komunitas. Konten digital yang ditampilkan dalam digital signage dirancang dengan mempertimbangkan aspek visual dan kejelasan pesan, sehingga dapat menarik perhatian audiens dan memberikan informasi yang relevan secara real-time. Penerapan digital signage di KWT 09 Dewi Sri tidak hanya memperkuat kapasitas komunikasi komunitas, tetapi juga mendorong transformasi digital di tingkat lokal. Penerapan teknologi ini menciptakan peluang baru bagi KWT 09 Dewi Sri dalam memperluas jangkauan informasi dan memperkuat posisi mereka sebagai pusat inovasi lokal berbasis ekonomi kerakyatan.

**Kata kunci:** Promosi Propduk, Digital signage, Konten Digital

### Abstract

Digital-based marketing has become an effective solution in supporting product promotion and information dissemination. Digital signage, as one form of modern visual communication technology, offers the ability to convey messages dynamically, easily updated, and attractively to the audience. This paper focuses on the application of digital signage technology in the Women Farmers Group (KWT) 09 Dewi Sri, a local community active in agricultural activities and community economic empowerment in its area. The main challenge faced by KWT 09 Dewi Sri is the limitations of traditional communication methods in disseminating information related to their activities, products, and training programs. The process of implementing digital signage in KWT 09 Dewi Sri is carried out through several stages, including identifying needs and objectives, designing content, developing and installing devices, and training and mentoring for community members. The digital content displayed in digital signage is designed by considering visual aspects and message clarity, so that it can attract the attention of the audience and provide relevant information in real-time. The application of digital signage in KWT 09 Dewi Sri not only strengthens the community's communication capacity but also encourages digital transformation at the local level. The application of this technology creates new opportunities for KWT 09 Dewi Sri in expanding the reach of information and strengthening their position as a local innovation center based on the people's economy.

**Keywords:** Product Promotion, Digital signage, Digital Content

### PENDAHULUAN

Teknologi digital untuk memvisualisasikan informasi dan materi iklan merupakan alat pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk (Mirgorodskaya dkk., 2020). Digital Signage adalah “media berbasis local” yang menempati ruang dalam dan luar ruangan (Yoo, 2019) dan merupakan aplikasi pengelola konten digital yang dapat diprogramkan untuk menampilkan informasi atau pesan secara efektif (Fadli dkk., 2020; Rosman, 2023). Pemasaran telah berkembang dari waktu ke waktu, menciptakan pesan yang inovatif dan kuat tidaklah cukup (Andrade dkk., 2021). Digital

signage merupakan salah satu media yang sering digunakan untuk memberikan informasi yang cepat dan akurat yang dibutuhkan oleh masyarakat secara umum (Fadli dkk., 2024). Digital signage (DS) dapat digunakan oleh pelaku usaha atau komunitas untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran selain menggunakan media digital lain seperti sosial media, situs web, video, dan SEO (Hendriyanto dkk., 2022).

KWT 09 Dewi Sri merupakan kelompok local tani yang aktif dalam berbagai kegiatan pertanian dan pemberdayaan ekonomi komunitas di desa mereka. Sebagai kelompok yang berfokus pada pengembangan produk pertanian dan kesejahteraan anggotanya, KWT 09 Dewi Sri menghadapi tantangan dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan, produk, dan program pelatihan mereka kepada Masyarakat luas. Saat ini, metode komunikasi yang digunakan masih terbatas pada cara-cara tradisional yang seringkali kurang efektif dalam mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi, penggunaan media digital menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi keterbatasan tersebut. Digital signage, sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi visual yang modern, menawarkan potensi besar untuk membantu KWT 09 Dewi Sri dalam menyebarkan informasi secara lebih efisien dan menarik. Teknologi ini memungkinkan penyampaian pesan yang dinamis, mudah diperbarui, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan informasi yang berkembang.

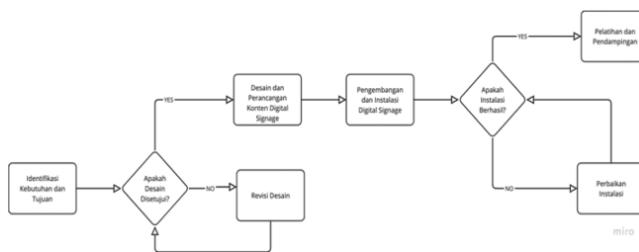


Gambar 1. Kelompok Wanita Tani (KWT) Dewi Sri 09

Namun, implementasi digital signage memerlukan pengetahuan dan keterampilan teknis yang belum sepenuhnya dimiliki oleh anggota KWT 09 Dewi Sri. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan teknologi ini, agar mereka dapat memanfaatkan digital signage sebagai alat komunikasi yang efektif. Pemberdayaan local masyarakat merupakan kunci utama dalam mengembangkan dan meningkatkan kapasitas komunitas, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi seperti digital signage. Di KWT 09 Dewi Sri, komunitas local tani memiliki potensi besar untuk mengadopsi teknologi ini guna menyebarkan informasi terkait kegiatan dan produk mereka.

## METODE

Untuk mendukung optimalisasi promosi dan penyebarluasan informasi di KWT 09 Dewi Sri, penerapan teknologi digital signage menjadi salah satu solusi inovatif. Proses implementasinya melibatkan beberapa tahapan utama yang dirancang secara sistematis, mulai dari analisis kebutuhan hingga pelatihan pengguna. Berikut adalah tahapan utama yang perlu dilakukan:



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

### 1. Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan

- Melakukan analisis kebutuhan dan tujuan digital signage untuk KWT 09 Dewi Sri.
- Identifikasi jenis informasi dan produk yang ingin disampaikan.

- Menentukan lokasi strategis penempatan digital signage.
  - Memastikan aksesibilitas informasi dan promosi produk dapat ditingkatkan.
- 2. Desain dan Perancangan Konten Digital Signage**
- Mengumpulkan informasi yang akan ditampilkan, seperti kegiatan komunitas, produk, dan program pelatihan.
  - Merancang konten dengan mempertimbangkan aspek visual dan kejelasan pesan.
  - Menyusun desain layout agar intuitif dan menarik, dengan gambar dan teks yang relevan.
- 3. Pengembangan dan Instalasi Digital Signage**
- Implementasi desain konten yang telah dirancang.
  - Penyusunan struktur tampilan dan pengujian fungsionalitas.
  - Instalasi perangkat di 4870ocal4870 strategis yang telah ditentukan.
  - Integrasi 4870ocal4870 pembaruan konten secara real-time.
- 4. Pelatihan dan Pendampingan**
- Memberikan pelatihan kepada anggota KWT tentang pengelolaan dan pembaruan konten.
  - Menyediakan pendampingan untuk membantu mengatasi kendala teknis.
  - Mendorong keberlanjutan penggunaan digital signage secara mandiri oleh anggota KWT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sesi presentasi ini, Tim memaparkan implementasi digital signage sebagai solusi modern untuk mendukung kegiatan dan promosi produk KWT 09 Dewi Sri. Dengan semangat inovasi, tim menjelaskan bagaimana teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi penyebaran informasi kepada masyarakat, baik terkait aktivitas komunitas maupun produk unggulan yang dihasilkan.



Gambar 3. Penjelasan Terkait Pemanfaatan Digital Signage

Digital signage dipilih sebagai media yang strategis karena mampu menampilkan informasi secara menarik dan mudah diakses. Dalam paparan tersebut, tim memberikan 4870ocal4870ak teknis mengenai desain konten, instalasi perangkat, hingga langkah-langkah pembaruan informasi secara real-time. Mereka juga menekankan pentingnya keterlibatan anggota KWT dalam mengelola teknologi ini agar manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan. Diskusi yang berlangsung interaktif menunjukkan antusiasme peserta terhadap potensi teknologi digital signage dalam mendukung pengembangan KWT 09 Dewi Sri sebagai pusat kegiatan local masyarakat yang lebih inovatif dan informatif. Presentasi ini menjadi langkah awal yang signifikan untuk mendorong transformasi digital dalam lingkungan komunitas.



Gambar 4. Pemanfaatan Digital Signage Pada Beberapa Contoh Produk KWT Dewi Sri 09

Dalam sesi lanjutan presentasi, tim memaparkan detail implementasi digital signage yang dirancang untuk menampilkan informasi produk dan kegiatan KWT 09 Dewi Sri. Slide yang ditampilkan menonjolkan visualisasi konten menarik, mulai dari promosi produk hingga informasi edukatif, yang dirancang untuk menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan pesan secara efektif. Produk-produk yang akan ditampilkan dalam digital signage KWT 09 Dewi Sri mencakup berbagai kategori unggulan, dengan fokus pada visual yang menarik dan informatif untuk menarik perhatian audiens. Berikut adalah beberapa produk yang akan dimasukkan:



Gambar 5. Contoh Produk KWT Dewi Sri 09 yang di Redesain dan akan dimasukan ke dalam konten digital signage

Semua produk dirancang dengan desain visual yang konsisten untuk menciptakan identitas brand Dewi Sri yang kuat, sekaligus menonjolkan keunggulan produk lokal. Digital signage akan menjadi platform strategis untuk memperkuat promosi produk-produk ini di berbagai lokasi. Tim menjelaskan bagaimana digital signage dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang dinamis dan mudah diperbarui. Mereka juga menyoroti keunggulan desain visual yang sederhana namun informatif, memastikan bahwa semua elemen pesan dapat tersampaikan dengan jelas kepada Masyarakat. Antusiasme peserta terlihat dari fokus mereka pada penjelasan yang diberikan, menunjukkan ketertarikan terhadap peluang baru dalam memanfaatkan teknologi digital signage untuk memperluas jangkauan informasi dan promosi produk KWT. Presentasi ini menjadi ilustrasi nyata bagaimana inovasi teknologi dapat mendukung pemberdayaan komunitas local secara praktis dan berkelanjutan.



Gambar 6. Peserta Pelatihan dari KWT Dewi Sri 09

## SIMPULAN

Implementasi digital signage di KWT 09 Dewi Sri berhasil memenuhi tujuan untuk meningkatkan efisiensi penyebaran informasi dan promosi produk secara menarik dan dinamis. Proses ini melibatkan analisis kebutuhan yang cermat, perancangan konten yang informatif, serta instalasi perangkat yang mendukung pembaruan konten secara real-time. Pelatihan dan pendampingan kepada anggota KWT memastikan keberlanjutan pemanfaatan teknologi ini. Dengan adopsi digital signage,

KWT 09 Dewi Sri tidak hanya dapat memperluas jangkauan informasi tetapi juga memperkuat identitas komunitasnya sebagai pelopor inovasi teknologi di tingkat local. Langkah ini menunjukkan bagaimana teknologi dapat menjadi alat pemberdayaan yang signifikan untuk komunitas berbasis ekonomi kerakyatan.

## SARAN

Beberapa saran untuk keberlanjutan dari kegiatan pengabdian Masyarakat tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Diversifikasi Konten:** Untuk menarik lebih banyak audiens, KWT 09 Dewi Sri dapat mempertimbangkan menambahkan variasi konten, seperti video pendek, testimonial pelanggan, atau tips edukatif tentang produk mereka.
2. **Evaluasi BerkelaJutan:** Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas digital signage untuk memastikan bahwa teknologi ini terus relevan dengan kebutuhan promosi dan informasi.
3. **Kolaborasi dengan Pihak Eksternal:** Menggandeng mitra seperti pelaku UMKM lain, pemerintah daerah, atau lembaga swasta untuk memperluas jangkauan dan dampak digital signage.
4. **Peningkatan Kapasitas Anggota:** Melanjutkan pelatihan lanjutan untuk memastikan anggota KWT terus mampu mengelola dan mengoptimalkan teknologi ini seiring dengan perkembangan kebutuhan dan fitur teknologi baru.
5. **Integrasi dengan Platform Digital Lain:** Memanfaatkan sinergi dengan media sosial atau situs web untuk memperluas jangkauan informasi dan menciptakan pengalaman promosi yang lebih holistik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) Universitas Telkom yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Hibah Teknologi Tepat Guna periode 2 tahun 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrade, A., Bullon, H., Barrientos, A., & Cuadros, M. (2021). Implementation of a customized content management system for digital marketing based on LG webOS Signage and beacons usage. 2021 IEEE Sciences and Humanities International Research Conference (SHIRCON), 1–4. <https://doi.org/10.1109/SHIRCON53068.2021.9652218>
- Fadli, A., Purnomo, W. H., Sugiyanto, G., & Aliim, M. S. (2020). Utilization of Digital Information Boards as Media Information in Rural Areas: Pemanfaatan Papan Informasi Digital Sebagai Media Informasi di Wilayah Perdesaan. Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.35877/454RI.mattawang173>
- Fadli, A., Siswantoro, H., Nugraha, A. W. W., Suroso, S., & Asriani, F. (2024). Implementasi Papan Informasi Digital Sebagai Sarana Pengunjung dan Branding Potensi Lokawista. RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua, 2(3). <https://doi.org/10.61124/1.renata.9>
- Hendriyanto, R., Muhamad, W., Nugroho, H., Agung, A. A. G., Handayani, R., Hapsari, G. I., Sisilia, K., Hidayat, A. M., & Aulia, P. (2022). Implementasi Digital Signage untuk Digital Marketing Produk UMKM pada Komunitas Sentra Kreasi Bandung. 1.
- Mirgorodskaya, O., Ivanchenko, O., & Dadayan, N. (2020). Using Digital Signage Technologies in Retail Marketing Activities. Proceedings of the International Scientific Conference - Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure and Service, 1–7. <https://doi.org/10.1145/3446434.3446476>
- Rosman, E. (2023). Implementasi Digital Signage Sebagai Media Informasi Dilengkapi Sensor Pir Berbasis Microprocessor Raspberry Pi. 3(1).
- Yoo, S.-C. (2019). Building an understanding of major advertising strategies for location-based digital signage: A study of Korean marketing practitioners' practice. Dalam Test Engineering and Management (Vol. 81, Nomor 11–12, hlm. 2522–2533).