

**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN MANDIRI**



**STRATEGI PEMASARAN LANGSUNG (*DIRECT MARKETING*) SEBAGAI  
USAHA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM  
MAKANAN BEKU**

**OLEH :**

**Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd.,M.I.Kom/0008108407**

**Feni Mariana, M.I.Kom/ 0006069102**

**Siti Mayasari Pakaya, S.Sos.M.I.Kom/15059009**

**Invabil Febrian Mardjun/291421058**

**Yuliana Latedu/291421093**

**Agil Syahrial F Kau 291421111**

**JURUSAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

**2023**

12/27/23, 6:17 PM

SISTEM INFORMASI PENGABDIAN

HALAMAN PENGESAHAN  
PENGABDIAN MANDIRI 2023

1. Judul Kegiatan : Strategi Pemasaran Langsung (Direct Marketing) sebagai Usaha untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Makanan Beku
2. Lokasi : Kota Gorontalo
3. Ketua Tim Pelaksana
  - a. Nama : Citra Fransisca Indah Lestari Dano Putri, S.Pd.,M.I.Kom
  - b. NIP : 198410082014042001
  - c. Jabatan/Golongan : Lektor / 3 c
  - d. Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
  - e. Bidang Keahlian :
  - f. Alamat Kantor/Telp/Faks/E-mail : 0811433584
  - g. Alamat Rumah/Telp/Faks/E-mail : -
4. Anggota Tim Pelaksana
  - a. Jumlah Anggota : 2 orang
  - b. Nama Anggota I / Bidang Keahlian : Feni Mariana, M.I.Kom /
  - c. Nama Anggota II / Bidang Keahlian : Siti Mayasari Pakaya, S.Sos, M.I.Kom /
  - d. Mahasiswa yang terlibat : 3 orang
5. Lembaga/Institusi Mitra
  - a. Nama Lembaga / Mitra : Ghidza Sasuke
  - b. Penanggung Jawab : Siti Halima
  - c. Alamat/Telp./Faks/Surel : Kelurahan Bulotadaa Timur, Kecamatan Sibatana
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra (km) : 12
  - e. Bidang Kerja/Usaha : Makanan
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan
7. Sumber Dana : Biaya Sendiri
8. Total Biaya : Rp. 5.000.000,-



Dr. Zuchri Abdussamad, M.Si  
NIP/NIK 196602161997031001

Gorontalo, 27 Desember 2023  
Ketua

(Citra Fransisca Indah Lestari Dano Putri, S.Pd.,M.I.Kom)  
NIP. 198410082014042001



Prof. Lanto Ningsih, M.Pd., M.Kom., Ph.D  
NIP. 197201021998022001

## **PRAKATA**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang senantiasa melimpahkan keberkahan dalam setiap langkah perjalanan kehidupan..

Laporan ini kami dedikasikan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan oleh sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) khususnya UMKM Ghidza Sasuke. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian negara, UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, proposal ini diarahkan untuk menjawab berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

Kami menyadari bahwa laporan yang sudah kami susun ini, bukanlah usaha yang dapat dilakukan sendirian. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, dukungan, dan kerja sama dalam proses perencanaan dan penyusunan laporan ini. Kami berharap bahwa laporan ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan daya saing UMKM di Indonesia. Kami juga berharap agar laporan pengabdian ini dapat diterima dengan baik dan bermanfaat bagi para pembaca.

Gorontalo, 3 November 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |    |
|---|----|
| <b>PRAKATA</b> .....                    | i  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                 | ii |
| <b>RINGKASAN</b> .....                  | 1  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....          | 2  |
| 1.1 Latar Belakang.....                 | 2  |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                | 3  |
| 1.3 Tujuan .....                        | 3  |
| <b>BAB II TARGET DAN LUARAN</b> .....   | 4  |
| <b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b> ..... | 5  |
| 3.1 Persiapan Kegiatan.....             | 5  |
| 3.2 Pelaksanaan Tahapan Kegiatan.....   | 5  |
| 3.3 Rencana Keberlanjutan Program.....  | 6  |
| <b>BAB IV HASIL KEGIATAN</b> .....      | 7  |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....              | 10 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....             | 11 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                   | 12 |

## RINGKASAN

UMKM adalah usaha yang dikelola oleh perorangan yang merujuk kepada perekonomian dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Ghidza Sasuke, merupakan salah satu UMKM lokal dari Gorontalo yang bergerak di bidang pengolahan *frozen food* dan makanan sehat lainnya seperti abon ikan tuna yang tinggi akan omega 3 serta camilan sehat keripik pisang. Sejak tahun 2017, Ghidza Sasuke berkomitmen untuk mengembangkan produk berprotein dan berkualitas tinggi yang mendukung pertumbuhan anak-anak

Proposal kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen komunikasi dalam UMKM Ghidza Sasuke dan seberapa efektifkah manajemen komunikasi yang telah dilakukan oleh Ghidza Sasuke. Hasil dari proposal ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya manajemen komunikasi yang baik dalam mendukung perkembangan dan kesuksesan sebuah usaha.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.2 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan usaha yang dikelola oleh perorangan yang merujuk kepada perekonomian dengan kriteria yang sudah ditetapkan. UMKM merupakan salah satu kegiatan yang meningkatkan pertumbuhan, pergerakan, serta pembangunan ekonomi. UMKM memiliki ciri dan kriteria berbeda-beda, adapun jenis-jenis dari UMKM yaitu, usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Di Indonesia, UMKM merupakan kelompok-kelompok usaha kecil sampai menengah yang menempati posisi yang cukup dominan dikarenakan jumlahnya yang banyak.

Ghidza Sasuke, merupakan salah satu UMKM lokal dari Gorontalo yang bergerak di bidang pengolahan *frozen food* dan makanan sehat lainnya seperti abon ikan tuna yang tinggi akan omega 3 serta camilan sehat keripik pisang. Sejak tahun 2017, Ghidza Sasuke berkomitmen untuk mengembangkan produk berprotein dan berkualitas tinggi yang mendukung pertumbuhan anak-anak. UMKM lokal yang satu ini menjadi salah satu pelopor makanan sehat (*frozen food*) khususnya di daerah Gorontalo yang telah menembus pasar retail nasional bersertifikat izin halal dan izin edar MD BPOM.

Kami mengambil UMKM Ghidza Sasuke sebagai objek dari pada tugas ini karena ketertarikan kami pada inovasi dan kreativitas Ghidza Sasuke dalam menciptakan makanan *fast food* dengan kandungan yang lebih sehat dan bernutrisi, hal ini dapat mengurangi kekhawatiran konsumen soal keamanan dalam kandungan makanan *fast food* ataupun produk-produk lain dari Ghidza Sasuke. Tidak hanya itu, seperti yang kami dapatkan dari hasil wawancara bersama pemilik usaha Ghidza Sasuke, Ibu Sitti Halima. Produk dari UMKM mereka, tidak hanya dipasarkan di daerah Gorontalo saja. Tetapi sudah lebih luas lagi bahkan ke kota-kota besar seperti daerah Jakarta dan Makassar, juga Manado

Di Gorontalo sendiri, masih banyak yang kurang tahu soal produk ataupun nama dari UMKM Ghidza Sasuke, melalui tugas ini kami berharap mampu memperkenalkan UMKM lokal Ghidza Sasuke kepada masyarakat Gorontalo khususnya para anak muda yang banyak menggemari makanan *fast food*.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah adalah kami ingin mengetahui bagaimana strategi atau manajemen komunikasi UMKM Ghidza Sasuke dan seberapa efektifkah manajemen komunikasi yang dilakukan untuk menarik konsumen

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan pokok masalah tersebut maka tujuan yang ingin kami capai yaitu, untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi atau manajemen komunikasi dan seberapa efektif manajemen komunikasi yang sudah dilakukan oleh UMKM dalam menarik konsumen

## **BAB II**

### **TARGET DAN LUARAN**

Target luaran yang diharapkan dari kegiatan ini ialah memperkenalkan produk ini kepada masyarakat umum khususnya kepada para ibu yang sulit mengatasi selera makan pada anak. Orang tua tentu harus memiliki pengetahuan, atau pemahaman lebih mengenai dampak negatif dari kurangnya gizi pada anak sehingga orang tua mampu menerapkan cara-cara efektif dan kreatif dalam memotivasi anak untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi. Produk ini dibuat untuk mengembangkan produk-produk yang berprotein tinggi serta mendukung pertumbuhan anak-anak dengan kualitas yang baik.

Selain itu produk ini juga dibuat karena dilihatnya kurangnya produk yang sehat, yang berprotein tinggi, dan ramah anak di daerah Gorontalo. Produk ini pun dapat menyadarkan para orang tua bahwa pentingnya memilih produk yang banyak disukai anak-anak tetapi masih bisa menjaga gizi dan keamanannya. Adapun target yang ingin dicapai dengan diadakannya kegiatan ini yaitu meningkatnya kreativitas dan inovasi dalam mengemas dan memasarkan produk sehingga dapat menambah nilai ekonomi. Selain itu, mampu menjalankan usaha yang produktif dan memaksimalkan nilai tambah diversifikasi suatu produk dan bisa meningkatkan omzet berkelanjutan pada produk yang dipasarkan.

Dari rencana kegiatan yang telah disusun, luaran penerapan kegiatan dalam memasarkan produk UMKM dari "Ghidza Sasuke" yakni dengan diterapkan strategi pemasaran dan manajemen komunikasi yang efektif dan efisien dalam projek Bazar UMKM . Projek ini didukung penggunaan booth sebagai wadah yang mudah dijangkau dalam proses pemasaran produk umkm. Pengenalan produk dilakukan dengan beberapa cara agar terlihat menarik di mata konsumen. Produk yang dipasarkan dipromosikan dengan mencetak brosur dan promosi media sosial untuk menarik minat konsumen datang pada projek ini untuk melihat secara langsung produk yang ditawarkan. Produk UMKM yang dipasarkan ini juga sudah mencapai pasar nasional karena kandungan dan manfaat sesuai standar kebutuhan konsumen secara keseluruhan.



## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

Dalam pelaksanaan kegiatan bazaar UMKM ini terbagi dalam beberapa tahap, diuraikan dibawah ini :

#### **3.1 Persiapan Kegiatan**

Tahap persiapan kegiatan ini, meliputi:

- a. Mengidentifikasi UMKM yang akan menjadi rekan kolaborasi kami
- b. Menghubungi dan melakukan lobi serta negosiasi dengan pihak UMKM
- c. Melakukan observasi dan wawancara pada UMKM yang akan menjadi rekan kolaborasi Hal ini diperlukan untuk mengetahui informasi mengenai produk, kondisi UMKM, dan mencari tahu minat konsumen.
- d. Menilai kelayakan UMKM, tujuannya untuk mengetahui apakah UMKM yang bekerja sama dengan kami memiliki potensi untuk memberikan prospek dalam jangka panjang.
- e. Melakukan pembagian tugas berdasarkan anggota kelompok
- f. Menentukan tema expo
- g. Menentukan strategi yang akan digunakan terkait dengan manajemen komunikasi
- h. Tahap selanjutnya adalah adalah pemilihan produk yang akan di pasarkan melalui bazar serta observasi tempat, sarana dan perasana untuk menunjang kelangsungan kegiatan pemasaran.

#### **3.2 Pelaksanaan Tahapan Kegiatan**

Pelaksanaan tahapan kegiatan, dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Membuat poster expo dengan tampilan visual menarik dan kekinian untuk menarik para pengunjung.
- b. Melakukan pengumpulan dana, dan melakukan pembelian alat dan bahan untuk persiapan expo.
- c. Menyiapkan dan menata produk UMKM yang menjadi pilihan dalam kegiatan expo nanti.
- d. Mengikuti pembukaan acara expo hingga dengan selesai.
- e. Melayani semua pengunjung dengan baik, agar mereka merasa dihargai. Hal itu akan menciptakan kesan yang baik UMKM di mata konsumen.
- f. Memberikan informasi kontak kepada pengunjung agar mereka dapat berinteraksi dengan UMKM.
- g. Menganalisa bagaimana penerapan manajemen komunikasi antara pemilik usaha dengan karyawan, ataupun pemilik usaha dengan konsumen

#### **3.3 Rencana Keberlanjutan Program**

Dalam upaya menjaga keberlanjutan pelaksanaan kegiatan ini, terdapat beberapa perencanaan jangka panjang yang akan kami lakukan. Diantaranya:

- a. Melakukan evaluasi program, kami akan meninjau kembali kinerja dari program yang kami adakan dengan cara mengidentifikasi kekuatan ataupun kelemahannya. Hal ini akan membantu kami memahami apa saja yang perlu diperbaiki ataupun ditingkatkan pada produk ataupun kualitas layanan rekan UMKM.
- b. Memberikan dukungan berkelanjutan melalui pembinaan dan pendampingan untuk memastikan bahwa rekan UMKM kolaborasi mampu menerapkan keterampilan dan pengetahuan manajemen komunikasi yang baik.

## BAB IV

### HASIL KEGIATAN

#### 4.1 Hasil

UMKM Ghidza Sasuke, merupakan salah satu UMKM lokal dari Gorontalo yang berlokasi di Jl. Rusli Datau No. 146 Tanggidaa KM. 5, Bulotadaa Timur, Kecamatan Sipatan, Kota Gorontalo. UMKM Ghidza Sasuke bergerak di bidang pengolahan *frozen food* dan makanan sehat lainnya seperti abon ikan tuna yang tinggi akan omega 3 serta camilan sehat keripik pisang, yang berdiri sejak tahun 2017. Alasan kami memilih UMKM Ghidza Sasuke adalah ingin memperkenalkan produk Ghidza Sasuke yang kaya akan nutrisi kepada gen z terlebih mahasiswa.

Kegiatan Expo/*Exposition* adalah kegiatan pameran atau pembentangan perdagangan atau *trade fair*. Kegiatan Expo ini dilakukan dengan tujuan mempromosikan produk UMKM kepada mahasiswa dan masyarakat di lingkungan kampus. Kegiatan Expo ini mengusung tema “*Digital Revolution Carnival*” yang memiliki arti kegiatan Expo ini dapat menjadi resolusi baru bagi UMKM dalam mempromosikan produknya melalui digital dan secara langsung. Kegiatan Expo diadakan pada Kamis, 7 Desember 2023. Bertempat di Gedung Bersama Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. Kegiatan ini berjalan baik dan lancar sampai dengan selesai, produk yang terjual sebanyak 80% dan tak sedikit juga mahasiswa yang tertarik dengan produk Ghidza Sasuke karena kaya akan nutrisi dan gizi.

Komunikasi yang terjalin pada Ghidza Sasuke yaitu

#### 4.2 Pembahasan

##### 4.2.1 UMKM Ghidza Sasuke

UMKM merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu, UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga dengan pendapatan yang rendah. Menurut Sukirno (202004), UMKM adalah usaha yang mempunyai modal awal yang kecil atau nilai kekayaan (aset) yang kecil dan jumlah pekerja yang kecil (terbatas), nilai modal (aset) atau jumlah pekerjaannya sesuai definisi yang diberikan oleh pemerintah atau institusi lain dengan tujuan tertentu. Seperti halnya dengan UMKM yang menjadi fokus penelitian kami yaitu UMKM Ghidza Sasuke.

UMKM Ghidza Sasuke, adalah salah satu UMKM lokal dari Gorontalo yang bergerak di bidang pengolahan *frozen food* dan makanan sehat lainnya seperti abon ikan tuna yang tinggi akan omega 3 serta camilan sehat keripik pisang. Berlokasi di Jl. Rusli Datau No. 146 Tanggidaa KM. 5, Bulotadaa Timur, Kecamatan Sipatan, Kota Gorontalo, Ghidza Sasuke berdiri sejak tahun 2017. Ghidza Sasuke berkomitmen untuk mengembangkan produk berprotein dan berkualitas tinggi yang mendukung pertumbuhan anak-anak. UMKM lokal yang satun ini menjadi salah satu pelopor makanan sehat (*frozen food*) khususnya di daerah Gorontalo yang telah menembus pasar retail nasional bersertifikat izin halal dan izin edar MD BPOM.

Kami mengambil UMKM Ghidza Sasuke sebagai objek dari penelitian ini karena ketertarikan kami pada inovasi dan kreativitas Ghidza Sasuke dalam menciptakan makanan *fast food* dengan kandungan yang lebih sehat dan bernutrisi, hal ini dapat mengurangi kekhawatiran konsumen terlebih orang tua soal keamanan dalam kandungan makanan *fast food* dan cemilan bagi anak-anak yang menyehatkan. Hal ini menjadi ketertarikan kami yaitu ingin memperkenalkan kepada gen z terlebih mahasiswa terkait produk cemilan, abon ikan yang kaya akan nutrisi dan gizi. Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan bersama dengan pemilik usaha Ghidza Sasuke, Ibu Sitti Halima. Produk dari UMKM mereka, tidak hanya dipasarkan di daerah Gorontalo saja. Tetapi sudah lebih luas lagi bahkan ke kota-kota besar seperti daerah Jakarta dan Makassar, juga Manado.

#### **4.2.2 Manajemen Komunikasi pada UMKM Ghidza Sasuke**

Everett M Rogers dan Lawrence Kincaid dalam bukunya *Communication Network : Toward a New Paradigm of Research* (1981). Menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. Sedangkan menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam bukunya *Human Behavior : An Intenteory of Scientific Finding* (1974) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan lain-lain melalui penggunaan kata, angka, simbol, gambar dan lain sebagainya.

Proses penyampaian pesan dari pemberi pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) disebut dengan komunikasi. Menurut Dedy Mulyana (2005), kata “komunikasi” atau *communication* dalam Bahasa Inggris berawal dari bahasa latin “*communiare*” yang memiliki arti “membuat sama”. Secara harfiah arti membuat sama ini dimaknai sebagai membuat sama antara apa yang dimaksudkan atau apa yang diutarakan oleh komunikator dengan lawan bicara yaitu komunikan. Sehingga terjadi persamaan makna antara komunikator dengan komunikan. Persamaan makna yang terjadi antara dua orang dikenal dengan komunikasi interpersonal atau yang lebih umum didengar adalah komunikasi antar pribadi. Dedy Mulyana (2000), mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang

secara langsung dan tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

Pola komunikasi yang terjadi pada UMKM Ghidza Sasuke adalah komunikasi verbal dan nonverbal. Hal ini, dibuktikan dengan interaksi yang dilakukan dalam melayani pelanggan, dengan berbicara mengenai informasi produk dan harga serta *gesture / body language* dalam menjelaskan produk.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

UMKM adalah usaha yang dikelola oleh perorangan yang berwujud kepada perekonomian dengan kriteria yang sudah ditetapkan. UMKM memiliki ciri dan kriteria berbeda-beda, adapun jenis-jenis dari UMKM yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Ghidza Sauke merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang makanan yaitu *frozen food* serta cemilan sehat seperti abon ikan, keripik pisang motota yang kaya akan nutrisi.

Hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa Ghidza Sasuke melakukan gaya komunikasi verbal dan nonverbal. Hal ini, dibuktikan dengan interaksi yang dilakukan dalam melayani pelanggan, dengan berbicara mengenai informasi produk dan harga serta *gesture / body language* dalam menjelaskan produk.

#### **5.2 Saran**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman pembaca dalam melakukan penelitian selanjutnya. Untuk pelaku UMKM diharapkan dapat menjadi inovasi terbaru dalam melakukan kegiatan usaha dengan memanfaatkan digital marketing dan manajemen komunikasi yang baik. Sehingga dapat membantu dan mendukung perkembangan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Suryana, Asep. (2001). Efektivitas Komunikasi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bandung. *Mediator: Jurnal Komunikasi*. 2(2), 303-324. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=pR-0sxAAAAAJ&citation\\_for\\_view=pR-0sxAAAAAJ:u-x6o8ySG0sC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=pR-0sxAAAAAJ&citation_for_view=pR-0sxAAAAAJ:u-x6o8ySG0sC)
- Sulistyanto, Ari, Dkk. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Komunikasi Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Masyarakat di Kelurahan Ponggang, Kec. Serangpanjang, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdidas*. 2(1), 34-40. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i1.199>
- Suci, Yuli Rahmini. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 6(1), 51-58. Diakses melalui <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>
- Rulandari, Novita. Dkk. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*. 7(2), 21-28. Diakses melalui <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/951/0>
- Mukhlisiana, Lusy. (2022). PELATIHAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PADA PELAKU UMKM KABUPATEN SUMEDANG. *Prosiding Community Service & Engagement Seminar*. 2(2), <https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i2.18575>
- Yuni Sudarwati, & Izzaty Izzaty. (2022). Manajemen Hubungan Pelanggan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13(1), 13–28. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/1988/1043>
- Azharie, S. (2015). Pola Komunikasi Antara Pedagang Dan Pembeli Di Desa Pare, Kampung Inggris Kediri. *Jurnal Komunikasi Untar*, 7(2), 207–223. <https://media.neliti.com/media/publications/107541-ID-pola-komunikasi-antara-pedagang-dan-pemb.pdf>
- Yuni Sudarwati, & Izzaty Izzaty. (2022). Manajemen Hubungan Pelanggan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 13(1), 13–28. <https://doi.org/10.22212/jekp.v13i1.1988>
- Saktisyahputra Saktisyahputra. (2022). Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas dan Evaluasi Asosiasi Konten Kreator Indonesia dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 151–167. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2229>

## LAMPIRAN - LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1.

#### Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengabdian

#### KETUA

##### A. Identitas Diri

|    |                               |  |
|----|-------------------------------|--|
| 1  | Nama Lengkap (dengan gelar)   | Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd.,M.I.Kom                      |
| 2  | Jenis Kelamin                 | Perempuan  |
| 3  | Jabatan Fungsional            | Lektor   |
| 4  | NIP/NIK/Identitas lainnya     | 198410082014042001   |
| 5  | NIDN                          | 0008108407   |
| 6  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Manad0   |
| 7  | E-mail                        | <a href="mailto:dp_citra@ung.ac.id">dp_citra@ung.ac.id</a> |
| 8  | Nomor Telepon/HP              | 0811433584   |
| 9  | Alamat Kantor                 | Fakultas Ilmu Sosial, UNG.                                 |
| 10 | Nomor Telepon/Faks            |  |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | S-1 = > 50 orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang         |
| 12 | Mata Kuliah yg Diampu         | 1. Jurnalistik Online.                                     |
|    |                               | 2. Pengantar Ilmu Komunikasi                               |
|    |                               | 3. Teori Komunikasi  |
|    |                               | 4. Kajian Media dan Budaya                                 |
|    |                               | 5. Jurnalisme Radio  |
|    |                               | 6.   |
|    |                               | 7.   |
|    |                               | 8.   |
|    |                               | 9.   |
|    |                               | 10.  |

##### B. Riwayat Pendidikan

|                               | S-1                             | S-2   | S-3 |
|-------------------------------|---------------------------------|---|-----|
| Nama Perguruan Tinggi         | Univ. Negeri Gorontalo          | Univ. Hasanuddin                                  |     |
| Tahun Masuk-Lulus             | 2002 – 2011                     | 2011 – 2013                                       |     |
| Judul Skripsi/Tesis/Disertasi | <i>Diction in Advertisement</i> | Pencitraan Selebritas Politisi di Blog Kompasiana |     |
| Nama Pembimbing/Promotor      | Dr. Syarifudin Ahmad, M.Pd.     | Prof. Hafied Cangara, Ph.D.                       |     |



### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)

| No | Tahun | Judul Penelitian   | Pendanaan        |                |
|----|-------|--|------------------|----------------|
|    |       |  | Sumber           | Jml (Juta Rp)  |
| 1  | 2017  | Komunikasi Konflik oleh Humas OPD  | Mandiri          |                |
| 2  | 2018  | Pemanfaatan Dana Desa (Tim Kementerian PDPT)                                   | Kementerian PDPT | Rp.10.000.000  |
| 3  | 2018  | Manajemen Komunikasi dalam Program GenRe oleh BKKBN (Kolaboratif)              | PNBP Fakultas    | Rp. 10.000.000 |
| 4. | 2020  | Perilaku Komunikasi Suku Polahi dalam Berinteraksi dengan Masyarakat Luar Suku | PNBP Fakultas    | Rp. 25.000.000 |

### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Tahun           | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat   | Pendanaan |               |
|----|-----------------|--|-----------|---------------|
|    |                 |  | Sumber    | Jml (Juta Rp) |
| 1. | 2018 - sekarang | Menjadi narasumber tetap dalam program “Ruang Komunikasi” oleh Radio SRH                   |           |               |
| 2. | 2019            | Menjadi narasumber dalam FGD “Indeks Kemerdekaan Pers” bersama Dewan Pers                  |           |               |
| 3. | 2019            | Menjadi narasumber dalam dialog “Radio, Kini dan nanti” oleh IAIN Sultan Amai Gorontalo    |           |               |
| 4. | 2020            | Menjadi narasumber dalam webinar Sosialisasi Tv Digital oleh kemkominfo dan KPID Gorontalo |           |               |

### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Judul Artikel Ilmiah   | Nama Jurnal | Volume/<br>Nomor/Tahun |
|----|--|-------------|------------------------|
| 1  | Perilaku Komunikasi Suku Polahi dalam Berinteraksi dengan Masyarakat Luar Suku | Medialog    | 4/1/Februari 2021      |
| 2  |  |             |                        |
| 3  |  |             |                        |

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

| No | Nama Temu ilmiah /Seminar | Judul Artikel Ilmiah | Waktu dan Tempat |
|----|---------------------------|----------------------|------------------|
| 1  |                           |                      |                  |
| 2  |                           |                      |                  |
| 3  |                           |                      |                  |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan 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 pengusulan pengabdian mandiri.

Gorontalo, 13 Desember 2023  
Pengusul



Citra F.I.L. Dano Putri, S.Pd.,M.I.Kom.  
NIP. 198410082014042001

## ANGGOTA 1

### A. Identitas Diri

|    |                               |  |
|----|-------------------------------|--|
| 1  | Nama Lengkap (dengan gelar)   | Feni Mariana, S.I.Kom.,M.I.Kom   |
| 2  | Jenis Kelamin                 | Perempuan  |
| 3  | Jabatan Fungsional            | Asisten Ahli   |
| 4  | NIP/NIK/Identitas lainnya     | 199106062022032003   |
| 5  | NIDN                          | -  |
| 6  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Buton, 6 Juni 1991   |
| 7  | E-mail                        | <a href="mailto:feni.mariana.fahinu@gmail.com">feni.mariana.fahinu@gmail.com</a> |
| 8  | Nomor Telepon/HP              | 085333684459   |
| 9  | Alamat Kantor                 | Fakultas Ilmu Sosial, UNG.   |
| 10 | Nomor Telepon/Faks            |  |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | S-1 = .. orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang                                 |
| 12 | Mata Kuliah yg Diampu         | 1. Komunikasi Lintas Budaya  |
|    |                               | 2. Etika dan Filsafat Komunikasi   |
|    |                               | 3. Komunikasi Organisasi   |
|    |                               | 4. Komunikasi Gender   |
|    |                               | 5. Kajian Media dan Budaya   |
|    |                               | 6.   |
|    |                               | 7.   |
|    |                               | 8.   |
|    |                               | 9.   |
|    |                               | 10.  |

### B. Riwayat Pendidikan


|                               | S-1   | S-2   | S-3 |
|-------------------------------|---|---|-----|
| Nama Perguruan Tinggi         | Universitas Halu Oleo   | Universitas Hasanuddin  |     |
| Tahun Masuk-Lulus             | 2009 - 2014   | 2015 - 2017   |     |
| Judul Skripsi/Tesis/Disertasi | Makna Simbolik Pada Upacara Adat <i>Posuo</i> Di Kota Bau-Bau                           | Upacara Adat <i>Posuo</i> Sebagai Media Komunikasi Pendidikan Informal Perempuan <i>Wolio</i> Di Kota Bau-Bau |     |
| Nama Pembimbing/Promotor      | Dr. H. La ode Muh. Umran, M.Si (Pembimbing 1)<br><br>Masrul, S.Ag.,M.S.i (Pembimbing 2) | Dr. Muhammad Farid, M.Si (Pembimbing 1)<br><br>Dr. Tasrifin Tahara, M.Si (Pembimbing 2)                       |     |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan 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 pengusulan pengabdian mandiri.

Gorontalo, 13 Desember 2023

Pengusul



Feni Mariana, S.I.Kom.,M.I.Kom  
NIP. 199106062022032003

## ANGGOTA 2

### A. Identitas Diri

|    |                               |  |
|----|-------------------------------|--|
| 1. | Nama Lengkap (dengan gelar)   | Siti Mayasari Pakaya, S.Sos.,M.I.Kom   |
| 2  | Jenis Kelamin                 | Perempuan  |
| 3  | Jabatan Fungsional            | -  |
| 4  | NIP/NIK/NIM                   | 199005152020122014   |
| 5  | NIDN                          | -  |
| 6  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Gorontalo,   |
| 7  | E-mail                        | <a href="mailto:pakayasitimayasari@gmail.com">pakayasitimayasari@gmail.com</a> |
| 8  | Nomor Telepon/HP              | 0895604773377  |
| 9  | Alamat Kantor                 | Fakultas Ilmu Sosial, UNG  |
| 10 | Nomor Telepon/Faks            |  |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | S-1 = ... orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang                              |
| 12 | Mata Kuliah yg Diampu         | 1. Manajemen Public Relation   |
|    |                               | 2. Komunikasi Antar Pribadi  |
|    |                               | 3. Komunikasi Organisasi   |
|    |                               |  |
|    |                               |  |
|    |                               |  |
|    |                               |  |

### B. Riwayat Pendidikan

|                               | S-1   | S-2  | S-3 |
|-------------------------------|---|--|-----|
| Nama Perguruan Tinggi         | Universitas Hasanuddin  | Universitas Hasanuddin   |     |
| Tahun Masuk-Lulus             |   |  |     |
| Judul Skripsi/Tesis/Disertasi | Persepsi Makassar Korean Lover terhadap Korean Wave melalui Media Internet di Kota Makassar | Pengaruh Komentar Pembaca terhadap Persepsi Mahasiswa tentang Kontroversi Berita Kampus melalui Fitur LINE Today |     |
| Nama Pembimbing/Promotor      | Dr. Muhammad Nadjib, M.Ed.,Lib  | Prof. Dr. Andi Alimudin Unde, M.Si   |     |

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

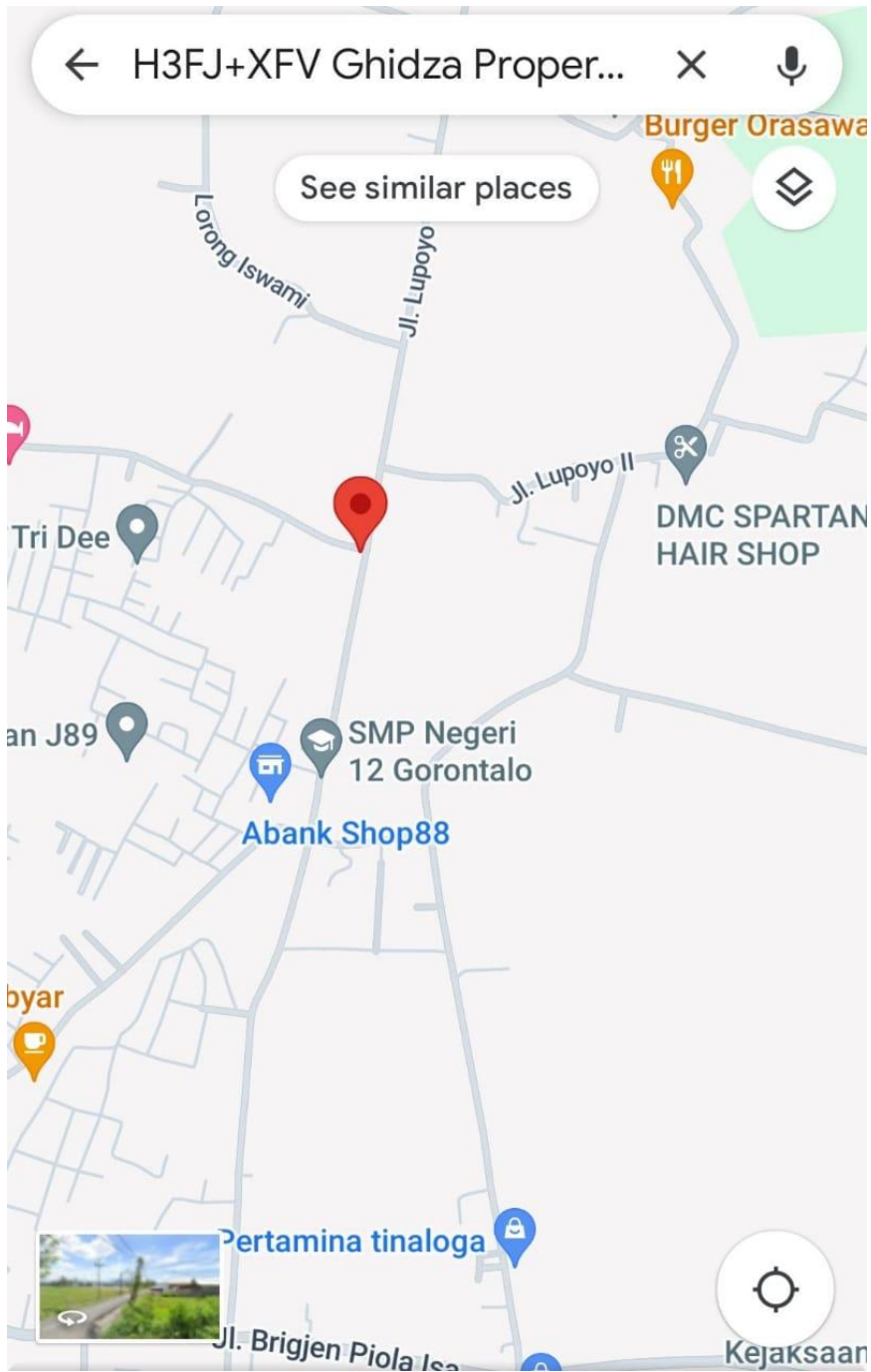
Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengusulan pengabdian mandiri.

Gorontalo, 13 Desember 2023  
Pengusul

A handwritten signature in blue ink on a yellow background. The signature is cursive and appears to read 'Siti Mayasari Pakaya'.

Siti Mayasari Pakaya, S.Sos.,M.I.Kom.  
NIP. 199005152020122014

## LAMPIRAN 2. PETA LOKASI



DOKUMENTASI KEGIATAN

