

UKM GOES DIGITAL  
UKM Lidiah Art dan Bandeng Darmono



NASKAH PUBLIKASI

Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nuraini Ika Purnamasari

14321174

Ratna Permata Sari S.I.Kom.,MA

NIDN. 0509118601

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

2018

**NASKAH PUBLIKASI**

UKM GOES DIGITAL

UKM Lidiah Art dan Bandeng Darmono

Disusun Oleh:

**Nuraini Ika Purnamasari**

**14321174**

Telah disetujui oleh Dewan Pembimbing Skripsi pada:.....

Dosen Pembimbing Skripsi,

**Ratna Permata Sari S.I.Kom.,MA**

**NIDN. 0509118601**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

**Muzayin Nazaruddin, S.Sos.,MA**

**NIDN: 0516087901**

## ABSTRACT

**Nuraini Ika Purnamasari. 14321184. Participative Communication In Goes Digital SME (Qualitative descriptive study in SMEs Lidiah Art and Bandeng Darmono). Thesis Bachelor of Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia, 2018.**

Goes Digital SME program owned by Telkom Indonesia is one of the community development programs that make SMEs as the object. Participatory communication is said to be a strong bridge to succeed the community achieve its goals. This study aims to see how the participative communication, supporters and obstacles owned by SMEs Goes Digital Lidiah Art and Bandeng Darmono.

The method used is qualitative descriptive approach. conducted data collection through observation and interviews with SMEs Lidiah Art, and Bandeng Darmono, then perform analysis of data that has been collected and then presents the results of analysis descriptively.

The results of the analysis show that both object SMEs carry out a level of participatory communication (implementation, evaluation, utilization of results, and decision making). For example, the participation of Lidiah Art SMEs in decision making is known to join Goes Digital UKM, Lidiah Art SME owners give proposals directly to Telkom Indonesia.

The two UKM objects also carry out the concept of participatory communication (heteroglasia, dialogic, polyponi, and carnival) in each level. Happened heteroglasia in Lidiah Art SMEs at the level of participation in implementation, one of them is a difference ranging from the diversity of age, community, and work incorporated in Lidiah Art.

The results also show the supporting and inhibiting factors of both digital SME objects. Supporting factors such as having employees specifically for digital, having halal labels and SNI. The second inhibiting factor of digital SMEs is different, for example Darmono Milkfish SMEs, will be an inhibiting factor if the Goes Digital SME program stops, seeing the absence of readiness of Darmono Milkfish SMEs in terms of digital human resources, and this is not an inhibiting factor for Lidiah Art SMEs .

**Keywords:** Participatory Communication, Development Communication, SME Goes Digital

## **Pendahuluan**

Komunikasi telah terbukti tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Bahkan untuk menaikan dan mengembangkan masyarakat, penggunaan komunikasi dengan efisien menjadi salah satu cara yang dianggap jitu. Pembangunan negara lekat dengan perekonomiannya, untuk meningkatkan perekonomian maka masyarakat haruslah tinggi pendidikannya sehingga dapat menjalankan siklus dengan lebih baik, karenanya dikenal adanya komunikasi pembangunan. Dilla (2007:166) dalam bukunya menjelaskan, komunikasi pembangunan memiliki artian luas dan sempit. Untuk artian luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktifitas pertukaran pesan secara timbal balik diantara masyarakat dan pemerintah mulai dari proses perencanaan, peleaksanaan hingga evaluasi pembangunan. Dalam artian sempit, komunikasi pembangunan adalah segala upaya, cara dan teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memperkrasai pembangunan kepada masyarakat yang menjadi sasaran, agar dapat menerima, memahami dan berpartisipasi dalam pembangunan.

Perubahan teknologi telah banyak merubah tatanan bentuk komunikasi dalam masyarakat. Pemanfaatan teknologi komunikasi pada perubahan sosial sangat membantu kegiatan komunikasi pembangunan. Saat ini teknologi dimanfaatkan secara serius untuk komunikasi pembangunan, yang termasuk teknologi komunikasi pembangunan diantaranya: televisi, komputer, komunikasi satelit, telepon, tele-konverensi, audio-konverensi. Sedangkan teknologi baru secara umum disebut *cyber communication* atau internet,(Dilla, 2007:147). Terkait perkembangan teknologi baru dan pemanfaatnya guna pembangunan, juga dibutuhkan dana dan sumberdaya manusia (SDM) yang terampil dan profesional. Contohnya dalam produksi, mereka harus memiliki kemampuan spesialisasi yang tinggi. Disamping itu pendidikan dan melek huruf juga sangat dibutuhkan guna dapat mengaplikasikan dan memanfaatkan teknologi dengan sebaik mungkin. Ada strategi dalam menentukan atau menciptakan SDM yang dikenal dengan istilah Kompetensi-Kapabilitas-Kapasitas.

Program kampung UKM digital mengincar pedesaan dengan harapan masyarakat pelaku UKM dapat meningkatkan penjualan dan produktifitasnya serta bisa membuatnya semakin maju dan modern. Adapun Konsep Kampung UKM Digital yang diusung oleh Telkom memanfaatkan TIK secara komprehensif dan terintegrasi guna mendukung proses bisnis yang berjalan dalam satu kampung atau area tertentu, sehingga para pelaku UKM yang ada akan semakin mandiri, maju, dan modern.

Dari 60 desa yang menjadi target Telkom Indonesia pada tahun 2015, desa Wanurejo Brobudur-Magelang menjadi desa ke-20 yang diresmikan. Desa Wanurejo yang terletak tidak jauh dari icon Magelang yaitu Candi Brobudur, adalah desa yang hampir seluruh penduduknya bekerja sebagai pengrajin souvenir. Mandala wisata Brobudur memiliki 50 pelaku UKM, dengan dipasangnya internet di desa ini diharapkan para pengrajin souvenir yang tergabung dalam UKM tersebut dapat meningkatkan produktifitasnya dengan memanfaatkan media *Online* sehingga juga dapat meningkatkan perekonomian. Berita dari Smartbisnis: 2.11.2015) Dikatakan seiring dengan masuknya Internet ke desa Wanurejo, para pelaku UKM yang biasanya harus menawarkan barang dagangannya secara langsung perorangan dan dari pintu ke pintu rumah lainnya, dapat menjajah barang dagangannya melalui media online.

Selain desa Wanurejo, Magelang, hal serupa juga dirasakan di daerah Semarang. Telkom Indonesia memasukkan program Kampung UKM Digital di daerah Purwosari, Semarang pada tahun 2016 lalu. Salah satu UKM yang telah berhasil merambah pasar Nasional bahkan Global setelah bergabung dengan UKM Digital yang dibuat oleh Telkom adalah Bandeng Darmono. Dalam berita harian Indotelko (2017) tercatat, usaha kecil yang dirintis oleh Bu Darmono dari tahun 1997-an ini awalnya hanya dijarah disekitaran rumah kepada para tetangga. Bergabung pada tahun 2016 dalam Kampung UKM digital, produk buatan Bandeng Darmono mulai membuka toko virtual di *Balanja.com* pada Juni 2016 lalu. Bandeng Bu Darmono menjadi bandeng pertama yang telah mendapat sertifikat LPPOM dan SNI di Semarang.

### **Tinjauan Pustaka**

Penelitian *pertama*, dilakukan oleh Dianta Hasri Natalius Barus (2015), dari Universitas Katolik Parahyangan dalam penelitiannya yang berjudul “Peran Internet dalam Saluran Distribusi Pemasaran Produk UMKM”. Penelitian milik Hasri ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi praktis online marketing yang digunakan UMKM yang telah sukses menggunakannya. Hasil penelitian ini menunjukkan tantangan terbesar UMKM untuk memajukan usahanya tergolong dalam tiga masalah utama yaitu: Biaya *marketing* yang terbatas, komunikasi yang sulit dengan konsumen, dan kemampuan *branding* yang kurang.

Penelitian *kedua* mengenai UKM digital dilakukan oleh Khalsiah, Kepala Pusat Studi Lingkungan dan Gender, Universitas Malikusaleh Lhokseumawe, dengan judul penelitian, “Pengaruh Inovasi Pemasaran UMKM Kerajinan Berbasis Digital di Daerah Aceh”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterbatasan pelaku UMKM dalam memanfaatkan

teknologi karena kurangnya pengetahuan dan akses membuat aktivitas promosi menjadi terbatas dan menjadi penghambat bagi pelaku usaha memperluas target pasar. Selain itu hasil lainnya yang ditemukan adalah terdapat keterbatasan dalam ketersediaan sumber dana dan SDM, keterbatasan teknologi dan infrastruktur yang buruk membuat masyarakat di daerah objek penelitian masih belum bisa memaksimalkan marketing online. Pengaruh digital terhadap UMKM dapat memperbanyak lapangan kerja sehingga bisa mengurangi jumlah pengangguran.

Penelitian *ketiga*, dilakukan oleh Dedi Purwana, Rahmi, dan Aditya, Shandy dari Universitas Negeri Jakarta, pada tahun 2017, dengan judul, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Penelitian ini menjabarkan bagaimana UMKM harus dapat memanfaatkan pemasaran melalui digital untuk dapat bersaing di pasar global. Dalam penelitiannya diterangkan bahwa pelaku UMKM Indonesia masih sangat kurang dalam mengetahui cara memanfaatkan digital marketing, karena diiringi rendahnya pengetahuan dan kemampuan SDM.

Penelitian *keempat* mengenai komunikasi partisipatif juga dilakukan oleh Satriani, Muljono, dan Lumintang berjudul “Komunikasi Partisipatif Pada Program Pos Pemberdayaan Keluarga” yang mana studi kasus di RW 5 Kelurahan Situ Gede, Bogor Barat, Bogor. Penelitian ini berfokus tentang bagaimana peran pendamping, perangkat kelurahan dan tokoh masyarakat dalam menjalankan posdaya. Penelitian juga membahas komunikasi partisipatif yang terjadi antara para kader pos daya dan juga dampak komunikasi partisipatif dalam kegiatan pos daya. Dalam penelitian ini dijabarkan bahwa peran pemimpin seperti perangkat desa, pendamping pos daya dan tokoh masyarakat sangat berperan penting. Pendamping pos daya dilakukan dengan tidak terikat, pendampingan guna meninjau gerakannya pos daya namun tidak membuat para kader terikat dengan kehadiran pendamping. Adapun pihak kelurahan akan menjadi penyampai informasi, memonitoring kegiatan, dan turut andil dalam menyelesaikan masalah. Dan peran dari tokoh masyarakat berupa pemberi ide, masukan, atau nasihat terhadap pos daya, khususnya apabila terjadiperselisihan, namun peran tokoh masyarakat ini dirasa kurang.

Penelitian *kelima*, dilakukan oleh Edwin Fahrul, Yusuf Priandari, dan Yuniaristanto dengan judul “Analisis Kluster Implementasi E-Business pada Komunitas Kampung Batik Digital Laweyan”. Penelitian kelima ini menjabarkan bahwa komunitas membutuhkan informasi, usaha e-business apa saja yang telah berjalan dalam anggota komunitas.

## **Kerangka Penelitian**

### **Komunikasi Partisipatif**

#### 1. Komunikasi Partisipatif dalam Tingkatan

Menurut Uphoff dalam Srampickal (2006: 8) ada empat tingkatan yang bisa diteliti dalam melihat tingkatan partisipasi, yaitu: Partisipasi dalam implementasi, Partisipasi dalam evaluasi, Partisipasi dalam pemanfaatan hasil, dan Partisipasi dalam pembuatan keputusan.

- a. **Partisipasi dalam implementasi.**Partisipasi dalam implementasi, yangmana masyarakat mengambil sebuah tindakan untuk mendukung dan mengarahkan sebuah proyek.
- b. **Partisipasi dalam evaluasi.** Saat masyarakat aktif berpartisipasi dalam evaluasi proyek yaitu dengan memberikan kritikan serta saran yang mendukung agar proyek tersebut dapat berjalan dengan lancar.
- c. **Partisipasi dalam pemanfaatan hasil.** Partisipasi dalam pemanfaatan hasil yaitu, masyarakat menikmati buah dari proyek yang telah berjalan. Masyarakat turut menikmati hasil dari proyek tersebut misalnya saja dalam jaminan kesehatan yang diberikan.
- d. **Partisipasi dalam pembuatan keputusan.** Masyarakat berpartisipasi dalam pembuatan keputusan,yaitu ketika masyarakat secara berkelompok berinisiatif untuk berdiskusi serta membuat sebuah keputusan bersama mengenai sebuah proyek pembangunan.

#### 2. Komunikasi Partisipatif dalam Konsep

Komunikasi partisipatif dapat juga digunakan untuk media pembelajaran mengenai bagaimana memecahkan masalah dan menemukan solusi bersama (2006: 8). Adapun konsep komunikasi partisipatif ditawarkan oleh Rahim (dalam Imani Satriani dan Pudji Muljono, 90) terbagi atas empat konsep yaitu: Heteroglasia, Dialogis, Poliponi dan Karnaval.

- a. **Heteroglasia,** merupakan penunjukan fakta bahwa sistem pembangunan dilandasi oleh berbagai kelompok dan komunitas yang berbeda-beda dengan berbagai variasi ekonomi, sosial dan faktor budaya yang saling mengisi satu sama lain

- b. **Dialogis**, dialogis adalah komunikasi transaksional dengan pengirim dan penerima pesan saling berinteraksi dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna-makna yang saling berbagi
- c. **Poliponi**, poliponi merupakan bentuk tertinggi dari suatu dialog dimana suara-suara yang tidak menyatu atau terpisah dan meningkat menjadi terbuka, memperjelas satu sama lain dan tidak menutupi satu sama lain.
- d. **Karnaval**, konsep ini bagi komunikasi pembangunan membawa semua varian dari semua ritual seperti legenda, komik, festival, permainan, parody dan hiburan secara bersama-sama. Proses ini dilakukan dengan tidak formal dan bisa juga diselingi humor dan canda tawa (dalam Imani Satriani dan Pudjo Muljono, 90).

## **Pembahasan**

### **1. Komunikasi Partisipatif UKM Lidiah Art**

Guna melihat komunikasi partisipatif di UKM Lidiah Art, akan melihat dari segi tingkat komunikasi partisipatif, yang terbagi menjadi empat tingkat yaitu: Komunikasi Partisipasi dalam Pembuatan Keputusan, Komunikasi Partisipasi dalam Implementasi, Komunikasi Partisipasi dalam Pemanfaatan Hasil, dan Partisipasi dalam Pemberian Evaluasi. Kemudian, dalam setiap tingkat komunikasi partisipatif akan dilihat konsep komunikasi partisipatif (Heteroglosia, dialogis, poliponi, dan karnaval).

- a. **Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Pembuatan Keputusan**, Masyarakat berpartisipasi dalam pembuatan keputusan, yaitu ketika masyarakat secara berkelompok berinisiatif untuk berdiskusi serta membuat sebuah keputusan bersama mengenai sebuah proyek pembangunan.

Awal bergabung dengan UKM Goes Digital Telkom, pak Nurysnto selaku pemilik UKM Lidiah Art mengajukan proposal ke pada pihak Telkom Indonesia. Setelah bagian UKM Goes digital mengajukan proposal ke Telkom Pusat, Jakarta, proposal disetujui dan UKM Lidiah Art dibuka resmi menjadi UKM Goes Digital pada Juli, 2015.

Setelah itu, UKM Lidiah Art merekrut karyawan khusus untuk pelayanan online. Nuryanto menjelaskan karyawan akan bertugas melayani konsumen melalui online seperti WhatsApp dan email. Karyawan dalam pelayanan online memiliki shift pagi dan malam, pelayanan yang diberikan UKM Lidiah Art berlangsung 24 jam sehingga kapanpun customer menghubungi dapat dilayani dengan baik.

Pihak Pak Nuryanto melakukan publikasi di media sosial berupa foto atau video ke media sosial miliknya. Pemilihan foto atau video tersebut dilakukan atas kesadaran kesadaran pribadi pihak UKM Lidiah Art.

Selain itu, setelah diresmikan menjadi UKM Goes Digital, pak Nuryanto menceritakan bahwa dirinya berinisiatif memasang papan bertulisan UKM Goes Digital sepanjang jalan desa Djowahan, tujuannya agar warga mengetahui dan ingat bahwa kampungnya ini sudah masuk jaringan internet, agar dapat menjadi motivasi untuk yang lain juga. Dan agar tidak lupa bagaimana awalnya kampung Djowahan dapat dimasuki kabel internet untuk dapat memasang WiFi.

Konsep Komunikasi Partisipatif ada empat tingkatan, Heteroglosia, Dialogis, Poliponi, Karnaval. Dalam pembuatan keputusan melahirkan konsep Heteroglosia. Konsep Heteroglosia menunjukkan bahwa sistem komunikasi dilandasi oleh berbagai kelompok dan komunitas yang berbeda-beda serta bervariasi baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya semua bersatu dan saling mengisi sehingga membuat suatu harmoni yang lengkap. Tantangan utama adalah bagaimana menempatkan konsep untuk kepentingan publik, dan bagaimana menyatukan keberagaman tanpa adanya penekanan terhadap satu pihak tertentu. Saat perekrutan karyawan baru khusus online, secara tidak langsung Heteroglosia tercipta. Empat karyawan online memiliki latar belakang yang berbeda, baik dari pendidikan, umur, sosial dan budaya.

Kemudian konsep dialogis dan poliponi juga ditemukan saat pak Nuryanto berfikir dan bermeditasi dengan dirinya sendiri saat akan mengajukan proposal, perekrutan karyawan dan pemasangan papan. Sesuai dengan pemaknaannya, Konsep dialogis adalah konsep yang mana terjadi apabila ada transaksi antara pengirim dengan penerima dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna saling berbagi.

Dikatakan pak Nuryanto memikirkan hal itu sendiri, disaat itulah pak Nuryanto berdialog dengan dirinya sendiri hingga akhirnya lahir poliponi pengambilan keputusan akhir. Dalam dialog, selain saling memberi dan menerima dengan sesama lawan bicara, manusia juga melakukan dialog internal, yang mana masing-masing individu berdialog dengan dirinya sendiri sebelum merespon lawan bicaranya. Dialog internal menjadi aspek penting dalam konsep dialog.

**b. Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Implementasi** merupakan di mana masyarakat mengambil sebuah tindakan untuk mendukung dan mengarahkan sebuah proyek atau program. Partisipasi dalam implementasi yang dilakukan UKM Lidiah Art dalam mensukseskan program, berupa upaya untuk mengoptimalkan penggunaan internet dengan baik.

Setelah melakukan perekrutan karyawan, Lidiah Art melakukan pengoptimalan pemasaran online melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Bergabung dengan UKM Goes Digital pada tahun 2016 membuat semakin lancarnya jaringan internet. Hal ini diakui oleh Nuryanto, setelah memiliki akses WiFi mempermudah dirinya untuk mengupload semua kegiatan yang ada di Lidiah Art. Menurut peneliti, perubahan intensitas pengupload di Facebook semakin gencar semenjak 2016, dan Instagram UKM Lidiah Art baru melakukan penguploadan pertama pada 3 Mei 2017.

Implementasi yang dilakukan oleh Lidiah Art berfokus pada pengoptimalan sistem pelayanan online dengan cara merekrut karyawan khusus untuk bidang pelayanan online. Serta Lidiah Art juga langsung menggunakan media online untuk hal pengoptimalan pemasaran produk, karena sebelum bergabung dengan UKM Goes Digital, Lidiah Art telah gencar melakukan pemasaran online melalui Facebook, hal yang dilakukan untuk pengoptimalan pemasaran online berupa memperbanyak frekuensi penguploadan di FB dan membuka akun Instagram Lidiah Art.

Melakukan pengoptimalan dalam pemasaran online, tentu juga akan meningkatkan komunikasi untuk koordinasi antara karyawan dan pak Nuryanto. Dalam percakapan dua arah yang dapat menimbulkan hasil akhir tersebut, terlahirlah konsep komunikasi partisipatif Dialogis dan Poliponi.

Konsep partisipatif Dialogis sendiri adalah konsep yang mana terjadi apabila ada transaksi antara pengirim dengan penerima dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna saling berbagi. Dan konsep Poliponi adalah Poliponi merupakan bentuk tertinggi dari suatu dialog di mana suara-suara yang tidak menyatu meningkat menyatu dan terbuka saling menjelaskan dan menutupi kekurangan satu sama lain. Dapat diartikan dalam konsep poliponi, mendapatkan suatu keputusan yang disetujui semua pihak menjadi puncak dari konsep. Lahirnya poliponi bukan datang dari luar secara tiba-tiba, namun terbagun karena terjadi sebuah dialog.

Konsep karnaval membawa berbagai varian dari semua ritual seperti agenda, komik, festival, permainan, prody dan hiburan yang secara bersama-sama. Hal jelas dari karnaval yaitu dilakukan dengan tidak formal dan bisa diselingi oleh humor. Anggota komunitas akan didorong mengikuti karnaval secara bebas karena karnaval tidak memiliki nilai resmi.

UKM Lidiah Art yang mana bergerak dalam dunia pariwisata menuntut seringkali mengikuti berbagai pameran tentang kepariwisataan baik yang diadakan oleh lokal ataupun nasional. Bulan Mei 2018 lalu pak Nuryanto selaku pemilik Lidiah Art bersama rekan mengikuti pameran Gebyar Wisata Nusantara (GWN) yang diadakan di Jakarta. Pak Nuryanto menjelaskan bahwa pihaknya mendapat undangan dari dinas pariwisata untuk mengikuti pameran tersebut. Mengikuti pameran yang juga membutuhkan persiapan tentu melibatkan karyawan Lidiah Art. Semua kebutuhan pameran disiapkan jauh hari sebelum berangkat ke Jakarta. Mulai dari persiapan pameran hingga pelaksanaannya. Selain mengikuti pameran mengenai pariwisata, pak Nuryanto dan karyawan Lidiah Art juga menikmati rangkaian acara yang ada di GWN Expo 2018 lalu seperti workshop mengenai wisata Indonesia, perlombaan, dan penampilan tari daerah nusantara.

Pameran yang memiliki serangkaian kegiatan seperti workshop, penampilan tari dan makana khas dari seluruh daerah Indonesia. Kegiatan pameran ini diselingi oleh canda tawa, diiringi musik, permainan dan hiburan lainnya mewujudkan bahwa konsep karnaval terjadi di dalam UKM Lidiah Art.

- c. **Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Pemanfaatan Hasil**, adalah di mana masyarakat dapat menikmati buah dari proyek yang telah berjalan. Masyarakat turut menikmati hasil dari proyek tersebut misalnya dapat mengakses internet dengan lebih baik, atau dapat memasang WiFi dengan lebih mudah menjadi contoh kecil dari memanfaatkan program UKM Goes Digital.

Partisipasi dalam pemanfaatan hasil yang terjadi di UKM Lidiah Art, bergabung dalam UKM Goes Digital milik Telkom Indonesia menandakan Telkom menjamin pemasangan kabel profaider WiFi dapat sampai ke tempat usaha partner. Setelah masuknya kabel profaider, Nuryanto memasang dua jaringan WiFi di rumahnya yang sekaligus tempat usaha dan juga di pendopo pribadi miliknya. Nuryanto menjelaskan semua tamu yang datang dapat mengakses jaringan internet secara gratis karena bagian dari layanan.

Setelah masuknya kabel profaider untuk WiFi ke desa Djowahan, diketahui beberapa rumah usaha telah juga memasang jaringan WiFi, salah satunya HomeStay Nitihardjan. Secara langsung tidak ada bimbingan secara langsung kepada rumah usaha yang telah memasang WiFi, namun secara tidak langsung dapat memasang WiFi berawal dari bergabungnya Lidiah Art dalam UKM Goes Digital. Saat ini semua yang ada di desa Djowahan dapat dengan mudah apabila ingin memasang akses internet WiFi dirumah mereka masing-masing.

Lidiah Art juga mendapat pelatihan online yang dilakukan oleh Telkom yang dapat diikuti oleh seluruh pelaku UKM secara bebas dan gratis. Manfaat dari program juga dirasakan desa sebelah Djowahan yaitu desa Ngaran, tempat paguyuban HomeStay yang menjadi partner Lidiah Art. Pemasangan WiFi di Homestay juga menjadi lebih memungkinkan karena telah masuknya kabel profaider untuk WiFi yang melewati desa mereka.

Pemanfaatan hasil yang ada di Lidiah Art di mana UKM Lidiah Art telah memiliki dua titik jaringan WiFi, yang satu di kantor Lidiah Art dan di Pendopo Lidiah Art. WiFi dapat diakses secara gratis dan bebas oleh setiap karyawan dan tamu yang bertandang di Lidiah Art. Selain itu, masuknya kabel profaider ke kampung Djowahan membuat UKM lain selain Lidiah Art bisa memasang jaringan WiFi apabila berkenan.

Saat para pengunjung, karyawan, dan para masyarakat sekitar, berbagai macam orang dengan berbeda latar belakang dapat menikmati WiFi. Heteroglasia terjadi.

- d. Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Pemberian Evaluasi,** Saat masyarakat aktif berpartisipasi dalam evaluasi proyek yaitu dengan memberikan kritikan serta saran yang mendukung agar proyek tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Setelah bergabung dengan UKM Goes Digital, dalam wawancara bersama pak Nuryanto dirinya mengatakan bahwa ada perubahan dalam hal pendapatan setelah goes digital. Pak Nuryanto tidak menyebutkan dalam bentuk nominal, namun ada peningkatan *income*/pemasukan setelah bergabung menjadi goes digital.

Selain itu partisipasi dalam pemberian evaluasi juga terjadi saat pak Nuryanto berkoordinasi dengan para karyawan. Dalam hal peng-upload an foto di Instagram dan facebook, pak Nuryanto menjelaskan dirinya membandingkan peng-upload an yang pihaknya lakukan dengan pihak lain untuk menjadi bahan eveluasi setelahnya.

Apabila ada yang harus diperbaiki dirinya (Nuryanto) akan berkomunikasi dengan para karyawan online-nya untuk melakukan evaluasi.

Memberikan evaluasi kepada para karyawan online mengenai peng-uploadan menciptakan konsep dialogis di dalamnya. Pak Nuryanto akan menyampaikan idenya dan akan ditimpal oleh karyawan, membentuk komunikasi dua arah. Disaat suara-suara atau ide-ide saling menyatu dan mencapai keputusan akhir, maka terciptalah konsep poliponi di dalamnya.

## **2. Komunikasi Partisipatif UKM Bandeng Darmono**

Guna melihat komunikasi partisipatif di UKM Bandeng Darmono, pembahasan akan melihat dari segi tingkat komunikasi partisipatif, yang terbagi menjadi empat tingkat komunikasi partisipatif yaitu: Komunikasi Partisipasi dalam Pembuatan Keputusan, Komunikasi Partisipasi dalam Implementasi, Komunikasi Partisipasi dalam Pemanfaatan Hasil, dan Partisipasi dalam Pemberian Evaluasi. Kemudian dalam setiap tingkat komunikasi partisipatif akan dilihat konsep komunikasi partisipatif

- a. Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Pemanfaatan Hasil**, adalah di mana masyarakat dapat menikmati buah dari proyek yang telah berjalan. Masyarakat turut menikmati hasil dari proyek tersebut misalnya dapat mengakses internet dengan lebih baik, atau dapat memasang WiFi dengan lebih mudah menjadi contoh kecil dari memanfaatkan program UKM Goes Digital. UKM Bandeng Daromono tidak jauh berbeda dengan Lidiah Art, seperti memasang WiFi di rumah dan tempat usaha.

Bergabung dalam UKM Goes Digital milik Telkom Indonesia menandakan Telkom menjamin pemasangan kabel profaider WiFi dapat sampai ke tempat usaha partner. Setelah masuknya kabel profaider, Hartini memasang dua jaringan WiFi di rumahnya dan di toko Bandeng Darmono. Hartini menjelaskan semua tamu yang datang dapat mengakses jaringan internet secara gratis karena bagian dari layanan.

Bandeng Darmono juga mendapat binaan dari Telkom saat melakukan pengajuan label Halal dan SNI. Telkom datang bukan hanya melakukan pemasangan WiFi tapi juga melakukan pembinaan. Juga mengadakan pelatihan mengenai pelatihan online diberanda rumah bu Hartini yang dapat diikuti oleh pemilik UKM lain secara bebas dan gratis.

Masuknya kabel profaider ke desa Purwosari IV tempat UKM Bandeng Darmono berada, tentu secara tidak langsung dapat mempermudah rumah usaha yang dilewati oleh kabel profaider tersebut dapat memasang WiFi dengan lebih mudah.

Akan tetapi, saat peneliti melakukan turun lapangan, hingga saat penelitian ini berlangsung, baru usaha Bandeng Darmono yang menggunakan WiFi di desa Sentral Bandeng tersebut.

Pemaparan pemanfaat hasil di atas menunjukkan bahwa Bandeng Darmono mendapat manfaat dan menimbulkan manfaat dengan bergabung UKM Goes Digital. Pemanfaatan hasil yang ada di Bandeng Darmono di mana telah memiliki dua titik jaringan WiFi, yang satu di toko Bandeng dan di rumah probadi bu Darmono. WiFi dapat diakses secara gratis dan bebas oleh setiap karyawan dan tamu yang bertandang di Bandeng Darmono. Selain itu, masuknya kabel profaider ke kampung Purwosari IV membuat UKM lain selain Bandeng Darmono bisa memasang jaringan WiFi apabila berkenan.

Seperti jabaran di atas, yang dapat menikmati WiFi adalah berbagai macam orang dengan berbeda latar belakang. Pengunjung yang datang, karyawan, dan para masyarakat sekitar. Konsep Heteroglasia terjadi karena itu.

- b. Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Implementasi,** Bandeng Darmono melakukan dengan cara, seperti: Banyak melakukan inovasi produk. Inovasi produk dilakukan baik dari pengemasan, rasa dan juga cara resailer melakukan pengambilan barang. Kesuksesan suatu usaha diakui oleh Hartini harus selalu melakukan inovasi, setelah bergabung dengan UKM Goes Digital, Bandeng Darmono melakukan perubahan pada kotak bandeng. Menurut Hartini warna di kotak bandeng dibuat menjadi lebih cerah sehingga semakin menarik mata.

Setelah melakukan inovasi terhadap produk, UKM Bandeng Darmono mulai bergabung dengan Belanja.com, menurut Hartini setelah bergabung dengan UKM Goes Digital, Telkom menawarkan untuk memasang toko virtual di Blanja.com. pihaknya menerima dengan baik selagi itu berdampak baik untuk usaha miliknya. Hartini menjelaskan sampai saat ini semua urusan di Blanja.com masih dipegang oleh Telkom karena pihaknya masih belum mampu dari segi sumber daya manusia untuk menangani hal digital.

Selain itu Bandeng Darmono mulai melakukan pemasaran melalui Instagram dan mengoptimalkan media WhatssApp. Instagram Bandeng Darmono baru dibuat pada Januari 2018, yang saat ini dipegang oleh karyawan Bandeng Darmono. Asti selaku admin mengatakan bahwa memang ada Instagram namun, jarang mengupload di Instagram karena fokus konsumen Bandeng Darmono lebih pada pemesan tetap.

Dirinya juga menjelaskan bahwa pemesanan melalui Blanja.com dapat dikatakan sangatlah sedikit dibanding dengan yang memesan langsung melalui WhatsApp kemudian dikirim ketempat pemesan.

Melihat pemaparan diatas, maka implementasi yang dilakukan Bandeng Darmono berada pada titik penyempurnaan produk untuk bisa lebih optimal dalam pemasaran online, dengan Melakukan perubahan pada kotak bandeng agar lebih menarik. Bergabung dengan Blanja.com dan membuka akun Instagram merupakan tahap yang masih sangat awal untuk Bandeng Darmon, melihat sebelumnya Bandeng Darmono belum melakukan pemasaran online sama sekali sebelum bergabung dengan UKM Goes Digital.

Dalam tingkat implementasi terjadi konsep karnaval yang membawa berbagai varian dari semua ritual seperti agenda, komik, festival, permainan, prody dan hiburan yang secara bersama-sama. Hal jelas dari karnaval yaitu dilakukan dengan tidak formal dan bisa diselengi oleh humor. Anggota komunitas akan didorong mengikuti karnaval secara bebas karena karnaval tidak memiliki nilai resmi.

Hartini menceritakan pada akhir 2017 lalu Bandeng Darmono mengikuti pameran di Jakarta, Bandeng Darmono saat itu mendapat undangan dari Telkom Indonesia, dan UKM Bandeng Darmono memenangkan UKM dengan pemakaian Tcast terbaik. Hartini juga menjelaskan apabila mendapatkan undangan pameran, maka Bandeng Darmono akan melakukan pameran. Hartini mengatakan bahwa untuk persiapan pameran pihaknya tidak memerlukan banyak tangan, karena semua sudah disiapkan dari pihak yang mengundang, sehingga dirinya dan beberapa karyawan hanya perlu untuk menyiapkan produk yang akan di pameran. Kegiatan yang ada di dalam pameran selain pameran produk juga ada acara lain seperti pembagian hadiah dan workshop. Sesuai dengan pengertian dari konsep karnaval, mengikuti pameran yang memiliki rangkaian kegiatan unformal, seperti hiburan dan workshop, maka dapat dikatakan UKM Bandeng Darmono memiliki konsep Komunikasi partisipatif karnaval di dalam kegiatannya.

- e. **Tingkat Komunikasi Partisipatif dalam Evaluasi**, Saat masyarakat aktif berpartisipasi dalam evaluasi proyek yaitu dengan memberikan kritikan serta saran yang mendukung agar proyek tersebut dapat berjalan dengan lancar.

UKM Bandeng Darmono memiliki toko virtual di Belanja.com namun, Asti karyawan Bandeng Darmono mengatakan pesanan yang datang dari Belanja.com

sejauh ini adalah yang paling sedikit. Pihak Bandeng Darmono masih kurang dalam SDM dalam hal digital sehingga sampai saat penelitian ini dilakukan admin Belanja.com masih dipegang oleh pihak Telkom Semarang.

Karyawan Bandeng Darmono beragam adanya. Konsep Heteroglasia terlahir dari keberagaman tersebut. dalam UKM Bandeng Darmono juga terjadi dengan melihat perbedaan usia yang ada antara karyawan Bandeng Darmono. Asti salah satu karyawan adalah lulusan S1 di salah satu Universitas Semarang, yang berusia 25 tahun. Karyawan lain juga lulusan S1 yang berusia 28 tahun, sedangkan ibu-ibu yang biasa mengurus produksi berusia sekitar 30 tahun. Hartini menjelaskan tidak ada pertemuan secara formal atau secara khusus dengan para karyawan, karena usaha miliknya dirasa masih kecil jadi hal itu tidaklah perlu.

Konsep dialogis yang terlihat dalam Bandeng Darmono lebih pada dialog yang terjadi secara tatap muka. Untuk membahas produksi selanjutnya, Hartini Sudarmono membahas bahan apasaja yang harus dibeli dengan para karyawan. Dialog yang terjadi di dapur tersebut terjadi dengan tidak formal namun terjadi timbal balik singkat sehingga sampai pada tingkat pemahaman dan keputusan. Hartini menjelaskan pihaknya belum memerlukan rapat formal untuk membahas suatu hal karena usahanya dirasa masih kecil.

Poliponi merupakan bentuk tertinggi dari suatu dialog di mana suara-suara yang tidak menyatu meningkat menyatu dan terbuka saling menjelaskan dan menutupi kekurangan satu sama lain. Dapat diartikan dalam konsep poliponi, mendapatkan suatu keputusan yang disetujui semua pihak menjadi puncak dari konsep. Lahirnya poliponi bukan datang dari luar secara tiba-tiba, namun terbagun karena terjadi sebuah dialog. Disaat terjadi dialogis di dalam UKM Lidiah Art seperti yangmana telah dibahas di atas, keputusan yang diambil telah melewati percakapan dua arah yang saling terbuka, saling memberi dan menerima sehingga sampai pada kesepakatan. Begitupun yang terjadi dalam UKM Bandeng Darmono, percakapan langsung atau tatap muka yang melahirkan dialog dan berakhir dengan suatu keputusan yang disetujui.

### **3. Analisis SWOT**

Setiap UKM tentu memiliki karakternya masing-masing. Perbedaan jelas akan ditemukan terbukti dari bagaimana memanfaatkan hasil dan mengimplementasikan serta cara komunikasi yang juga cenderung berbeda. Secara garis besar, perbedaan kedua UKM yang penulis teliti dapat dilihat dalam table berikut:

**Table 4.1 Perbandingan Kerangka SWOT Komunikasi Partisipatif  
UKM Lidiah Art dan Bandeng Darmono**

| Analisis        | UKM Lidiah Art  | UKM Bandeng Darmono   |
|-----------------|---|---|
| <b>STRENGHT</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Telah melakukan Tingkat &amp; Konsep komunikasi partisipatif.</li> <li>b. Menggunakan media sosial Instagram dan Facebook untuk melakukan pemasaran online</li> <li>c. Memiliki kelancaran akses internet untuk berkesinambung dalam dunia maya, dengan memiliki jaringan WiFi</li> <li>d. Aktif melakukan rangkaian kegiatan yang melibatkan banyak komunitas</li> <li>e. Memiliki karyawan khusus untuk kegiatan online.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Telah melakukan Tingkat &amp; Konsep komunikasi partisipatif</li> <li>b. Menggunakan media social Instagram</li> <li>c. Memiliki kelancaran internet WiFi yang dapat memperlancar untuk berselancar di dunia online.</li> <li>d. Memiliki lebel SNI dan Halal yang dapat menambah kepercayaan public</li> </ul> |
| <b>WEAKNESS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Belum memaksimalkan melakukan pemasaran melalui akun Instagram.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kurangnya sumberdaya untuk dunia online. Karyawan yang belum siap untuk</li> </ul>  |

|                    |  |  |
|--------------------|--|--|
|                    | <p>b. Banyak peng-uploadan masih hanya sebatas foto belum banyak yang menggunakan video berdurasi panjang.</p>   | <p>memegang akun Blanja.com menjadi contoh dan hambatan untuk bergerak lebih jauh dalam pemasaran online</p> <p>b. Belum memaksimalkan pemasaran melalui Instagram</p>   |
| <b>OPPURTUNITY</b> | <p>a. Ketertarikan masyarakat untuk berbelanja online.</p> <p>b. Ketertarikan masyarakat saat ini untuk mengetahui segala sesuatu dengan terlebih dahulu mencari di internet.</p> <p>c. Agen belanja online seperti: tiket.com</p> | <p>a. Ketertarikan masyarakat untuk berbelanja online.</p> <p>b. Ketertarikan masyarakat saat ini untuk mengetahui segala sesuatu dengan terlebih dahulu mencari di internet.</p> <p>c. Agen belanja online seperti: Shoppe, Blibli.com, Tokopedia, Lazada</p> |
| <b>THREAT</b>      | <p>a. Melakukan pembayaran online, yang diiringi diskon yang lebih besar juga menjadi ancaman.</p>   | <p>a. Program ini Berhenti.</p> <p>b. Proses pengiriman produk agar sampai ditangan konsumen</p>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>b. Banyaknya UKM serupa yang mulai menjamur dan melakukan inovasi terutama kemudahan akses melalui internet</p> | <p>dalam keadaan fresh juga menjadi perhatian khusus.</p> <p>c. Bermunculan UKM yang bergerak di bidang serupa, yang kerap kali menarik perhatian publik.</p> |
|--|--|---|

## Penutup

### 1. Komunikasi Partisipatif UKM Lidiah Art

Tingkat Komunikasi Partisipatif yang terjadi di UKM Lidiah Art sampai pada tahap Pemberian ide, implementasi, pemanfaatan hasil, hingga evaluasi. Menandakan seluruh tingkat komunikasi partisipatif terjadi dalam UKM Lidiah Art.

Partisipasi dalam Pembuatan Keputusan adalah Masyarakat berpartisipasi dalam pembuatan keputusan, yaitu ketika masyarakat secara berkelompok berinisiatif untuk berdiskusi serta membuat sebuah keputusan bersama mengenai sebuah proyek pembangunan. Terjadi Saat pak Nuryanto pemilik UKM Lidiah Art mengajukan proposal ke pihak Telkom Jakarta, kemudian melakukan perekrutan untuk karyawan online, dan kemudian memasang papan UKM Goes Digital sepanjang desa Djowahan. Lalu, keputusan atas apa yang akan di upload di media sosial UKM Lidiah Art diinisiatif sendiri oleh pihak Lidiah Art. Selain itu juga pemasangan papan UKM Goes Digital sepanjang jalan Djowahan atas ide pak Nuryanto.

Komunikasi Partisipatif dalam Implementasi adalah di mana masyarakat mengambil sebuah tindakan untuk mendukung dan mengarahkan sebuah proyek. Sedangkan Komunikasi dalam Pemanfaatan Hasil adalah di mana masyarakat menikmati buah dari proyek yang telah berjalan. Masyarakat turut menikmati hasil dari proyek tersebut misalnya saja dalam jaminan kesehatan yang diberikan.

Pemanfaatan hasil dengan memanfaatkan kelancaran internet dengan lebih intens melakukan publisitas kegiatan yang terjadi di Lidiah Art. Sedangkan partisipasi dalam pemanfaatan hasil UKM Lidiah Art, memasang dua titik jaringan WiFi dan masyarakat sekitar dapat lebih mudah apabila ingin memasang jaringan WiFi. Kebebasan dan kemudahan untuk dapat mengakses suatu program dari pemerintah. Pada tahap Partisipasi dalam

Implementasi Lidiah Art melakukan pengoptimalan pemasaran online melalui media sosial seperti Instagram dan facebook.

Kemudian pada Pemberian Evaluasi, saat masyarakat aktif berpartisipasi dalam evaluasi proyek yaitu dengan memberikan kritikan serta saran yang mendukung agar proyek tersebut dapat berjalan dengan lancar. Ada di mana UKM Lidiah Art merasakan terjadi perubahan atau keuntungan semakin meningkat setelah bergabung dengan UKM Goes Digital, dan juga melakukan koordinasi dalam hal penguploadan di media sosial.

Konsep komunikasi partisipatif terbagi atas empat konsep yaitu: Heteroglasia, dialogis, poliponi dan karnaval. Heteroglasia merupakan penunjukan fakta bahwa sistem pembangunan dilandasi oleh berbagai kelompok dan komunitas yang berbeda-beda dengan berbagai variasi ekonomi, sosial dan faktor budaya yang saling mengisi satu sama lain. Dialogis adalah komunikasi transaksional yang mana pengirim dan penerima pesan saling berinteraksi dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna yang saling berbagi. Sedangkan Poliponi merupakan bentuk tertinggi dari suatu dialog di mana suara-suara yang tidak menyatu menjadi terbuka. Karnaval membawa semua varian dari semua ritual seperti: legenda, komik, festival, permainan, parody, dan dan hiburan. Proses karnaval dilakukan dengan tidak formal diselingi humor dan canda tawa.

Di UKM Lidiah Art ditemukan seluruh konsep yang ada disetiap tingkat komunikasi partisipatifnya. Heteroglasia, Dialogis hingga poliponi terjadi disetiap tingkat komunikasi partisipatifnya. Konsep karnaval juga ditemukan karena UKM Lidiah Art seringkali mengikuti acara pameran kepariwisataan dan budaya, acara yang tidak formal dibumbui oleh lawakan dan acara hiburan menunjukkan terjadi konsep karnaval di UKM Lidiah Art.

## **2. UKM Bandeng Darmono**

Tingkat Komunikasi Partisipatif yang ada di UKM Bandeng Darmono juga sampai pada tingkat implementasi, pemanfaatan hasil, dan Pemberian Evaluasi. Menandakan seluruh tingkat komunikasi partisipatif juga ada di UKM Bandeng Darmono.

Komunikasi Partisipatif dalam Implementasi adalah di mana masyarakat mengambil sebuah tindakan untuk mendukung dan mengarahkan sebuah proyek. Sedangkan Komunikasi dalam Pemanfaatan Hasil adalah di mana masyarakat menikmati buah dari proyek yang telah berjalan. Masyarakat turut menikmati hasil dari proyek tersebut misalnya saja dalam jaminan kesehatan yang diberikan.

Implementasi yang ada berupa melakukan inovasi produk, merubah warna produk menjadi semakin cerah dengan gaya yang lebih nyaman dan menarik. Bergabung dengan

Blanja.com menjadi ajang implementasi UKM Goes Digital, selain itu Bandeng Darmono juga membuka akun Instagram untuk mulai mencoba bergerak di dunia online. Sedangkan untuk tahap Pemanfaatan hasil, UKM Bandeng Darmono masuknya kabel profaider ke desa sentar bandeng dapat mempermudah setiap masyarakat sekitar apabila ingin memasang WiFi, selain itu Telkom kerap kali mengadakan pelatihan online di Bandeng Darmono yang dapat diikuti oleh berbagai pihak, dan saat ini telah memasang WiFi yang dapat diakses oleh setiap karyawan dan pembeli atau tamu yang berkunjung ke Bandeng Darmono.

Komunikasi partisipatif dalam Evaluasi terjadi saat masyarakat aktif berpartisipasi dalam evaluasi proyek yaitu dengan memberikan kritikan serta saran yang mendukung agar proyek tersebut dapat berjalan dengan lancar. UKM Bandeng Darmono memiliki toko virtual di Belanja.com namun, Asti, karyawan Bandeng Darmono mengatakan pesanan yang datang dari Belanja.com sejauh ini adalah yang paling sedikit. Pihak Bandeng Darmono masih kurang dalam SDM dalam hal digital sehingga sampai saat penelitian ini dilakukan admin Belanja.com masih dipegang oleh pihak Telkom Semarang.

Konsep komunikasi partisipatif terbagi atas empat konsep yaitu: Heteroglasia, dialogis, poliponi dan karnaval. Heteroglasia merupakan penunjukan fakta bahwa sistem pembangunan dilandasi oleh berbagai kelompok dan komunitas yang berbeda-beda dengan berbagai variasi ekonomi, sosial dan faktor budaya yang saling mengisi satu sama lain. Dialogis adalah komunikasi transaksional yang mana pengirim dan penerima pesan saling berinteraksi dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna yang saling berbagi. Sedangkan Poliponi merupakan bentuk tertinggi dari suatu dialog di mana suara-suara yang tidak menyatu menjadi terbuka. Karnaval membawa semua varian dari semua ritual seperti: legenda, komik, festival, permainan, parody, dan dan hiburan. Proses karnaval dilakukan dengan tidak formal diselingi humor dan canda tawa.

Konsep Heteroglasia, dialogis dan Poliponi juga ditemukan pada setiap tingkat komunikasi partisipatif di UKM Bandeng Darmono. Heteroglosia dibuktikan dengan keberagaman umur yang ada antara para karyawan. Usia yang beragam merupakan salah satu ciri terbentuknya konsep ini. Adapun Konsep karnaval terjadi di UKM Bandeng Darmono dengan mengikuti pameran.

### **3. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Partisipatif**

- a. UKM Lidiah Art.** Faktor pendukung, dengan melakukan tingkat komunikasi partisipatif dan ada konsep komunikasi partisipatif disetiap tingkatannya, UKM Lidiah Art telah memiliki kekuatan internal dalam komunitasnya. Didukung lagi

memiliki karyawan khusus untuk online dan telah menggunakan berbagai media sosial untuk melakukan pemasaran onlinenya seperti Instagram dan Facebook. Lidiah Art juga memiliki jaringan WiFi yang dapat menunjang segala kegiatan online secara lancar. Dengan memiliki jaringan WiFi juga dapat menjadi ajang pelayanan customer. Lidiah Art juga aktif mengadakan berbagai acara serta juga aktif dalam mengikuti pameran yang diadakan oleh pihak terkait. Segala yang ada dan merupakan kekuatan Lidiah Art adalah pendukung terbentuknya Komunikasi Partisipatif baik dari implementasi hingga pemanfaatan hasil.

- b. UKM Bandeng Darmono.** Faktor pendukung, dengan telah melakukan keseluruhan tingkat komunikasi partisipatif baik dalam penyampaian ide, implementasi pemanfaatan hasil, hingga evaluasi, UKM Bandeng Darmono telah memiliki kekuatan internal dalam komunitasnya. Diiringi dengan memiliki akun instagram dan toko virtual di Balanja.com, Bandeng Darmono melakukan pengimplementasian untuk kemajuan pemasaran online. Memasang jaringan WiFi di toko penjualan dan juga dapat dinikmati orang lain dapat membantu memudahkan kegiatan online. Selain itu UKM digital Bandeng Darmono juga memiliki lababl Halal dan SNI yangmana dapat menjadi kekuatan kuat untuk mendukung penjualan barang yang bergelut dalam bidang makanan.

Faktor penghambat untuk UKM Bandeng Darmono salah satunya belum siapnya SDM pihak Bandeng Darmono dalam dunia digital, belum lagi apabila Program UKM Goes Digital ini Berhenti. Begerak dalam dunia makanan yang menerima pesanan online, proses pengiriman produk agar sampai ditangan konsumen dalam keadaan fresh juga menjadi perhatian khusus.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini berupa belum adanya tinjauan data dari pihak Telkom Indonesia/Witel tempat kedua objek. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan juga adanya kelalaian pemahaman situasi setelah pengambilan data di lapangan.

## Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Akademis
  - a. Melakukan tinjauan data kepada pihak Telkom untuk kembali dapat memastikan data yang ada.
  - b. Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan fokus lain dalam meneliti UKM Goes Digital. Seperti mengenai IMC, Peran pemimpin, Peningkatan Sumber Daya Manusia dan lain sebagainya yang dapat dikembangkan
2. Praktis
  - a. Telkom Indonesia sebagai pemilik program dapat lebih banyak melakukan pembinaan secara berkala di tempat UKM *partner*. Adanya kurang siapan sumber daya manusia dalam dunia online, menjadi permasalahan yang paling besar untuk program yang dinamakan Goes Digital.
  - b. Pemilik UKM yang menjadi *partner* Telkom dapat terus bergerak maju dengan selalu melakukan inovasi, dan mengupayakan cara untuk dapat lebih baik di dunia online.
  - c. Masyarakat dan karyawan yang terlibat dan tergabung dalam lingkup UKM dan Program pembangunan dapat lebih melibatkan diri, pada dasarnya kemajuan suatu komunitas bergantung dalam keinginan di dalam diri setiap individu.

## Daftar Pustaka

### Buku

Awaludin, Ahmad. *Digital Championship*. 2016. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Awaludin, Ahmad. *UKM Goes Digital*. 2015. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

B. Miles, Mattahew & Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif. terj.* Tjetjep Rohendi Rohidi. Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta.

- Sumadi, Dilla. *Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu*. 2007. Simbiosis Rekatama Meda.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfa Beta, Bandung.
- Sutopo.H.B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terpaannya dalam Penelitian*. Sebelas Maret Universitas Press, Surakarta.
- Kominfo, Humas Kementrian. 2016. *Kemajuan 2016 dan Potensi di Tahun Berikutnya*. Kementrian Komunikasi dan Informatika, Jakarta.
- Man. Chris & Stewart. Fiona. 2004. *Internet Communication and Qualitatif Research: A Handbook for Researching Online*. SAGE Publication. London, New Delhi.
- Press, L.Andrea & Williams, A. Bruce. *The New Media Environment*. 2010. Willey BlackWell, Malden-USA.
- Republik. Indonesia. 2008. *Undang-Undang UMKM 2008 (UU-RI no.20 tahun 2008)*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Ife, Jim & Teseriero, Frank, 2008. *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*.Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

### **Jurnal& Skripsi**

- Barus Natalius, Dianta Hasri. 2015. *Peran Internet dalam Saluran Distribusi Pemasaran Produk UMKM*. Universitas Khatolik Parahyangan.
- Khalsiah. 2015. *Pengaruh Inovasi Pemasaran UMKM Kerajinan Berbasis Digital di Daerah Aceh*. Kepala Pusat Studi Lingkungan dan Gender, Universitas Malikusaleh Lhokseumawe.
- Purwana, dedi. Rahmi & Aditya, Shandy. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Universitas Negeri Jakarta.
- Rahmawati. Dewi. 2016. *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Online (Study Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @freezybrowniezz)*. Universitas Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

## **Internet**

WWW.worldbank.org

[http://www.indotelko.com/kanal\\_lipsus?di=&c=lip&it=telkom-kampung-ukm-digital-medan-magelang-palu.2017](http://www.indotelko.com/kanal_lipsus?di=&c=lip&it=telkom-kampung-ukm-digital-medan-magelang-palu.2017)

<http://www.kampungukmdigital.com/directory/read/kampung-ukm-digital-batik-trusmi-cirebon/3s-lokasi-terbaru-kampung-ukm-digital-dari-telkom-1.2015>

<http://www.TelkomBukaKampungUKMDigitaldiBorobudur.SuaraMerdeka.com.2015>

[http://www.indotelko.com/kanal\\_lipsus?di=&c=lip&it=telkom-hadir-kampung-mandala-wisata-mendunia.2016](http://www.indotelko.com/kanal_lipsus?di=&c=lip&it=telkom-hadir-kampung-mandala-wisata-mendunia.2016)

[http://www.indotelko.com/kanal\\_lipsus?c=lip&it=bandeng-mendunia-platform-digital-telkom.2016](http://www.indotelko.com/kanal_lipsus?c=lip&it=bandeng-mendunia-platform-digital-telkom.2016)

<http://www.smartbisnis.co.id/content/read/berita-bisnis/telkom/manfaatkan-teknologi-digital-bandeng-olahan-bu-darmono-go-global.2016>

<http://fokus-umkm.com/umkm-ini-berhasil-tembus-pasar-nasional-apa-strateginya/2016>

<http://www.kampungukmdigital.com/directory/profil/kampung-ukm-digital-bandeng-presto.2017>

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5958/Pemerintah+akan+Bangun+Internet+dan+Aplikasi+di+Desa+Terpilih/0/sorotan\\_media.2015](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5958/Pemerintah+akan+Bangun+Internet+dan+Aplikasi+di+Desa+Terpilih/0/sorotan_media.2015)