

Pemanfaatan Aplikasi *Online* “Imooji” Sebagai Alternatif Pembuatan Iklan Atraktif Bagi *Creativepreneur*

Agus Purnomo Sidi*, Widiya Dewi Anjaningrum, Ahmad Nizar Yogatama, Puji Subekti
Fakultas Teknologi dan Bisnis, Institut Asia Malang
Corresponding email: agusps@asia.ac.id

Abstrak

Creativepreneurs atau biasa disebut sebagai kelompok usaha ekonomi kreatif merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM di Kota Malang. Di masa pandemic Covid-19 hingga New-Normal yang masih berlaku social distancing banyak usaha-usaha ekonomi kreatif yang mengalami penurunan omzet secara drastis. Ini diakibatkan tidak siapnya para *creativepreneurs* untuk beralih ke dunia digital, khususnya dalam proses pemasaran dan distribusi produk. Sedemikian hingga pelatihan digital marketing sangat penting dilakukan. Melalui pengabdian kepada masyarakat, pelatihan pemanfaatan aplikasi online “Imooji” sebagai alternatif pembuatan iklan atraktif sangat berguna bagi para *creativepreneurs*. Ini ditunjukkan oleh antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan yang mencapai 95 *creativepreneurs*. Keberhasilan pelatihan yang dilakukan diindikasikan oleh kemampuan para peserta dalam membuat brosur-brosur atraktif yang animatif dan bermusik yang dapat dibagikan ke banyak media sosial dan dapat langsung terhubung dengan WhatsApp produsen dan google form. Namun, terdapat kendala-kendala teknis sehingga Imooji yang dibuat oleh beberapa peserta tidak dapat dijalankan. Sehingga diharapkan untuk pelatihan berikutnya dilakukan secara offline dengan protokol kesehatan dan diadakannya pelatihan digital marketing lainnya seperti pembuatan Ads Instagram ataupun Facebook maupun pelatihan-pelatihan digital lainnya untuk mendukung usaha-usaha kreatif yang ada di kota Malang dalam masa pandemic Covid-19 dan di era New-Normal saat ini agar mampu untuk tetap bertahan dan berkembang.

Kata kunci— *Creativepreneurs*, Imooji, Iklan Atraktif

Abstract

Creativepreneurs or commonly referred to as economic business groups are an important part of developing MSMEs in Malang town. In the Covid-19 pandemic to the new-normal, there still had to social distancing so that many of creative industries encountered dropped dramatically in their turnover. This is due to the unpreparedness of the creative to switch to the digital world, specifically in the marketing process and product distribution. Thus, digital marketing training is essential. Through community service, training using the online application “Imooji” as an alternative to making attractive advertisements is useful for *creativepreneurs*. This was followed by the enthusiasm of the participants in the training which reached 95 participants. The success of the training carried out is indicated by competent participants in creating attractive and musical animative brochures that can be shared with many social media and can be connected directly with the manufacturer WhatsApp and Google forms. However, there is a technical transfer made by participants that cannot be carried out. The next training is expected be done offline with health protocols and will be held other digital marketing training such as making Instagram or Facebook Ads also other digital trainings to support *creativepreneurs* in Malang town during the Covid-19 pandemic and in the current New-Normal era in order to be able to stay afloat and grow.

Keywords— *Creativepreneurs*, Imooji, Attractive Advertising

1. PENDAHULUAN

Creativepreneur berasal dari dua kata yaitu “Creative” dan “preneur” yang berarti pelaku usaha kreatif. *Creativepreneur* saat ini lebih banyak ditekuni oleh generasi muda yang melakukan bisnis dengan ide-ide yang lebih kreatif (Alwiyah & Sayyida, 2020). Hal ini berlaku di Kota

Malang yang mempunyai banyak masyarakat khususnya para pemuda yang kreatif. Tingginya populasi pemuda berbakat dan jumlah mahasiswa di Kota Malang mendorong tumbuh kembangnya *Creativepreneur*. Diperlukan jiwa wirausaha dan semangat yang tinggi, serta pikiran yang kreatif sangat penting untuk menjadi *creativepreneur*. Tujuannya adalah menghasilkan ide baru yang dapat

menciptakan suatu produk yang diminati dan disukai oleh masyarakat pada umumnya.

Menurut penelitian terdahulu dari Molasy et al. (2019), menyatakan *creativepreneur* dapat membantu mengentaskan kemiskinan dan menciptakan kemandirian desa. Hal ini berkaitan dengan pendapat (Bjerke, 2002), menyatakan entrepreneurial marketing dalam usaha kecil mentargetkan organisasi atau individu yang memiliki efek positif atau negatif terhadap produk, harga, promosi dan saluran distribusi versus marketing interaktif. Melalui kata sifat entrepreneurship menggambarkan pendekatan kepada marketing yang mencakup opportunities dari marketplace dengan sebuah implementasi yang efektif dari *price, place, promotion, product tactics* (4P) dengan berani mengambil resiko, inovatif, dan proaktif dengan menekankan pada kegiatan paling penting, semakin membuat masyarakat untuk bisa menjadi *creativepreneur* (Santoso et al., 2019).

Sejak dunia memasuki era baru, yaitu era digital, di mana hampir di setiap aktivitas manusia terintegrasi oleh internet, maka penting bagi *creativepreneur* untuk memiliki skill digital khususnya untuk memasarkan produk-produk kreatifnya (Watini et al., 2022). Terlebih lagi di masa pandemi Covid-19 yang menjadikan jual-beli online sebagai kebutuhan utama dalam mempertahankan perekonomian (Anggraeni et al., 2021). Permasalahannya adalah banyak pelaku *creativepreneur* yang masih belum memiliki skill bagaimana membuat iklan atraktif yang dapat menarik pelanggan di era *new-normal* saat ini. Dalam hal ini, akademisi memiliki peran penting untuk membantu para *creativepreneur* menghadapi masalah tersebut melalui kegiatan pengabdian masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan mampu membantu menyelesaikan masalah nyata di masyarakat melalui ilmu pengetahuan dalam bentuk pelayanan kepada masyarakat, penerapan sains, teknologi dan seni, pelatihan, penguatan kapasitas masyarakat dan pemberdayaan. Kegiatan Pengabdian masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang banyak dilakukan kepada masyarakat yang berada di daerah Malang dan sekitarnya. Pada kesempatan ini pengabdian masyarakat lebih dikhususkan kepada para masyarakat *creativepreneur* muda.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan promosi terhadap produk bisnis menjadi hal yang sangat penting. Promosi menurut (Kotler & Armstrong, 2012) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Salah satu bentuk promosi adalah pembuatan iklan. Iklan atau advertising merupakan semua bentuk terbayar dari persentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, satellite, wireless), dan media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman website), dan media pameran (billboard, papan petunjuk, dan poster) (Hedynata & Radianto, 2016).

Sebagai *creativepreneur* selalu disibukkan dengan kegiatan mendesain produk dan membuat produk dikenal oleh masyarakat umum. Imooji adalah sarana online untuk membuat interaktif digital brosur, katalog produk, undangan event, promosi barang atau jasa, greeting cards, dan banyak kegunaan lainnya (Arini & Dasalinda, 2019). Berkaitan dengan kebutuhan sebagai *creativepreneur* membuat interaktif digital marketing maka melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini dibuat suatu kegiatan pelatihan pemanfaatan aplikasi online “Imooji” sebagai alternatif pembuatan iklan atraktif bagi *creativepreneur*.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan online, karena dilakukan masih dalam masa pandemic Covid-19 di mana masyarakat harus melakukan social distancing. Adapun media yang digunakan untuk pelatihan adalah “Google Meet”. Pelatihan imooji dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, peserta akan dijelaskan terlebih dahulu apakah yang dimaksud dengan Imooji dan bagaimana cara penggunaannya. Kedua, peserta melakukan praktik secara individu untuk membuat iklan sesuai produk masing-masing. Ketiga, peserta diperbolehkan untuk konsultasi gratis secara online, baik melalui “Google Meet” ataupun “WhatsApp”.

Sebelum menjalankan pelatihan tersebut, proses pengumpulan peserta dilakukan dengan cara penyebaran flyer pelatihan ke masyarakat, khususnya melalui beberapa group WhatsApp komunitas pengusaha ekonomi kreatif di kota Malang dan sekitarnya. Kemudian peserta mendaftar melalui link google form yang telah disediakan, selanjutnya peserta dikumpulkan secara daring melalui group WhatsApp untuk memudahkan koordinasi dan untuk saling mengenalkan diri dan membuka jejaring baru. Pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu, 13 Juni 2020 selama tiga jam, dari pukul 09:00 hingga 12:00.



Gambar 1. Flyer pelatihan

Pelatihan diawali dengan pembukaan, kemudia materi pengenalan aplikasi online Imooji dan demo atau tutorial penggunaan aplikasi *online* Imooji dalam membuat brosur atraktif empat *slide* yang animatif dan ada *backsound* yang mengiringinya. Selanjutnya peserta diminta untuk langsung mencoba mempraktikkan aplikasi Imooji secara individu dan link hasil pembuatan brosur Imooji dikirim ke *chat* Google meet maupun group WhatsApp untuk dicek oleh pemateri dan diberi saran perbaikan. Para peserta juga diperbolehkan bertanya tentang hal-hal yang tidak dipahami melalui chat di Google meet ataupun di group WhatsApp.

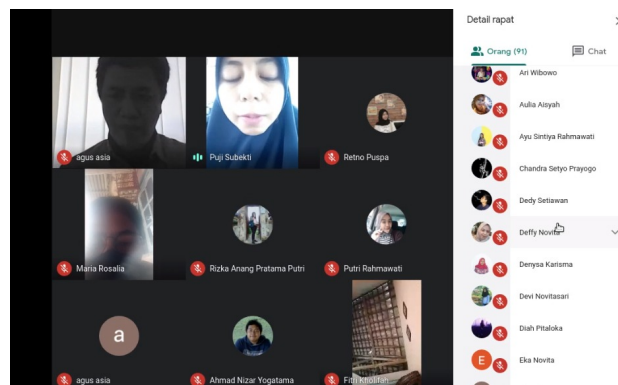
Di akhir pelatihan terdapat sesi tanya jawab dan diskusi dengan peserta. Peserta juga diberi tips-tips konten dan desain iklan yang menarik. Selanjutnya dilakukan program pendampingan guna memastikan apakah peserta benar-benar dapat mempraktikkan penggunaan aplikasi online “Imooji” sebagai alternative pembuatan iklan atraktif untuk mendukung usahanya di masa pandemi Covid-19 dan new-normal. Adapun target luaran yang diharapkan dari pelatihan ini adalah para *creativepreneurs* di kota Malang mampu mneggunakan aplikasi *online* Imooji sebagai sarana untuk membuat iklan atraktif yang mendukung proses pemasaran produk-produk kreatif yang dihasilkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

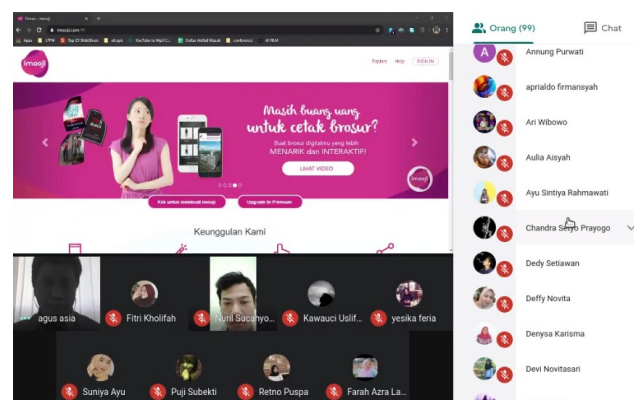
Pelatihan pemanfaatan aplikasi *online* “Imooji” sebagai alternatif pembuatan iklan atraktif dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 95 *creativepreneur* muda yang ada di kota Malang. Para peserta antusias mengikuti pelatihan

walau dilaksanakan secara online melalui “Google Meet” (lihat Gambar 2).

Pelatihan ini menghasilkan kemampuan kreatif para *creativepreneur* muda di kota Malang untuk membuat iklan interaktif dengan aplikasi *online* “Imooji”. Bahan dan alat yang digunakan dalam pelatihan Imooji ini adalah komputer dan internet saja, karena pelatihan ini dilaksanakan secara daring dan menggunakan “Google Meet” serta “Imooji” berbasis web.



Gambar 2. Sesi pembukaan dan perkenalan pelatihan pembuatan iklan interaktif dengan Imooji

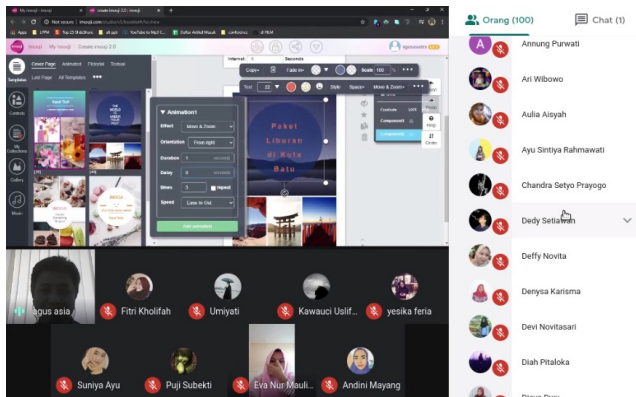


Gambar 3. Sesi pemaparan bahan materi pembuatan iklan interaktif dengan Imooji

Dalam pelatihan pembuatan iklan interaktif dengan Imooji ini, para dosen sebagai pemateri menggunakan sistem penyampaian interaktif dan sesuai dengan kebutuhan *creativepreneur* muda di kota Malang dalam menghadapi perkembangan dunia digital. Dengan tujuan untuk meningkatkan kreativitas *creativepreneur* muda kota Malang dalam membuat Iklan Interaktif dengan biaya minimum dan efisien. Penyampaian materi dengan sebaik mungkin dapat meningkatkan kreativitas sehingga dari dalamnya dapat menambah pengetahuan dan pengalaman para peserta pelatihan (lihat Gambar 3).

Hasil dari pelatihan ini antara lain, pertama, *Creativepreneurs* muda di kota Malang yang menjadi peserta pelatihan memahami dan mengenal aplikasi *online* “Imooji”. Ini diindikasikan oleh peserta pelatihan yang telah mengetahui website Imooji yaitu <https://imooji.com/#/>, mengetahui 2

versi Imooji, yaitu Imooji version 1.0 dan version 2.0, serta mengetahui bagian-bagian dari aplikasi online “Imooji”. Kedua, *creativepreneurs* muda di kota Malang yang menjadi peserta pelatihan bisa menggunakan Imooji sebagai sarana untuk membuat iklan atraktif. Ini diindikasikan oleh para peserta yang sudah mampu membuat brosur animasi atas produk atau jasa yang mereka miliki.



Gambar 4. Sesi pembuatan iklan imooji

Ketiga, *creativepreneurs* muda di kota Malang yang menjadi peserta pelatihan bisa mendesain brosur menarik yang diindikasikan oleh kemampuan para peserta menggunakan templete yang telah tersedia dalam website aplikasi Imooji. Keempat, *creativepreneurs* muda di kota Malang yang menjadi peserta pelatihan mampu menggunakan atau memiliki kreativitas untuk menggunakan Imooji dalam proses pemasaran produk-produk kreatif. Tautan Imooji yang telah dibuat dapat dibagikan ke berbagai media sosial, baik melalui Whatsapp, Facebook, maupun Instagram. Imooji juga dapat dihubungkan dengan nomor Whatsapp ataupun Google form secara langsung sehingga para calon konsumen lebih mudah dengan cepat mencapai produsen atau distributor untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang diinginkannya.

Semua peserta pelatihan telah mampu membuat iklan atraktif berupa brosur-brosur animasi bermusik (lihat Gambar 4). Hasil evaluasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *creativepreneurs* muda di kota Malang sangat antusias dan mengikuti setiap kegiatan mulai dari awal hingga selesai. Hal ini ditunjukkan dengan adanya interaksi para peserta pelatihan yang sangat interaktif dalam menanggapi penyampaian materi. Khususnya terkait konten-konten dan desain yang tepat dalam Imooji, kelebihan dan kekurangan Imooji dibandingkan aplikasi lain, seperti Canva, Kelebihan Imooji Premium yang berbayar, dan lain-lain. Peserta juga melakukan konsultasi secara pribadi melalui *chat WhatsApp* kepada pemateri. Adapun keterbatasan tempat pelatihan secara *online* menjadikan perbaikan bagi tim pelaksana untuk memikirkan kembali lokasi

atau media yang lebih nyaman untuk melakukan pelatihan *offline* dengan protokol Kesehatan. Namun, untuk saat ini, tentu jumlah peserta akan sangat terbatas.



Gambar 5. Salah satu bagian Imooji hasil karya 2 peserta pelatihan



Gambar 6. Salah satu bagian Imooji hasil karya 2 peserta pelatihan yang lain

Berdasarkan ketertarikan dan minat yang tinggi yang ditunjukkan oleh *creativepreneurs* muda di kota Malang, tim pelaksana pengabdian berencana untuk melatih lagi para *creativepreneur* Malang dengan pokok bahasan yang lain seperti pembuatan Ads di Instagram dan Facebook, juga pelatihan penggunaan Aplikasi Si-APIK Bank Indonesia dalam pencatatan keuangan usaha berbasis android, sedemikian hingga para *creativepreneurs* muda di kota Malang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak khususnya dalam menggunakan aplikasi-aplikasi digital yang dapat mendukung usahanya.

4. SIMPULAN

Di era digital ini tersedia banyak aplikasi yang dapat membantu pemasaran produk-produk kreatif masyarakat. Namun, banyak *creativepreneurs* muda di kota Malang yang belum mengetahuinya. Salah

satunya aplikasi *online* “Imooji”. Pelatihan pemanfaatan aplikasi *online* “Imooji” sebagai alternatif pembuatan iklan atraktif bagi *creativepreneur* muda di kota Malang ini sangat bermanfaat bagi para peserta karena brosur yang terbentuk tidak hanya berupa gambar, tetapi juga beranimasi dan ada soundtrack musiknya sehingga lebih atraktif, bahkan dapat langsung terhubung dengan WhatsApp produsen atau distributor atau dengan Google form yang akan semakin memudahkan konsumen untuk segera mendapatkan produk dan jasa yang diinginkannya.

Peserta pelatihan yang terdiri dari 95 *creativepreneur* muda sangat antusias mengikuti pelatihan walau dilaksanakan secara *online*, sehingga para peserta benar-benar dapat menggunakan aplikasi Imooji dalam membuat brosur-brosur atraktif beranimasi dan bermusik. Ini diindikasikan oleh brosur-brosur Imooji buatan para peserta yang cukup menarik dan atraktif. Sebgiaan peserta juga mengikuti pendampingan proses pemasaran produk menggunakan Imooji secara *online* dan melakukan konsultasi gratis melalui WhatsApp.

Diharapkan untuk pleatihan berikutnya dilakukan secara *offline* dengan protokol kesehatan dan jumlah peserta yang sangat terbatas agar pemateri dapat membantu secara langsung jika ada kendala-kendala teknis yang dihadapi oleh peserta sehingga tidak berhasil play Imooji yang telah dibuat. Pelatihan digital marketing lainnya seperti pembuatan *Ads* Instagram ataupun Facebook juga penting dilakukan untuk mendukung usaha-usaha kreatif yang ada di kota Malang dalam masa pandemi Covid-19 dan di era *new-normal* saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Alwiyah, A., & Sayyida, S. (2020). Penerapan e-learning untuk meningkatkan inovasi *creativepreneur* mahasiswa. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 1(1), 35-40.
- Anggraeni, W. C., Ningtias, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65.
- Arini, N. W., & Dasalinda, D. (2019). Pelatihan strategi marketing berbasis IT Bagi UKM di Jakarta Timur. in *Abdimasmu* (pp. 219-226).
- Bjerke (2002). *Entrepreurial marketing: The growth of small firms in the new economic era*. Edward Elgar: Gloucestershire.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87-96.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing management* (14th ed.). US: Pearson Education, Inc.
- Molasy, H. D., Magfiroh, I. S., & Setyawati, I. K. (2019). Penerapan *entrepreneurial marketing* pada kelompok usaha ekonomi kreatif (*Creativepreneur*) di desa pakis dalam upaya penguatan desa pakis sebagai desa sejahtera mandiri (DSM). *Warta Pengabdian*, 13(3), 49-56.
- Santoso, S., Kauf, J., & Aristo, N. C. (2019). The information system of name card sales based on digital marketing to improve *creativepreneur* on college e-commerce website. *Aptisi Transactions On Technopreneurship (ATT)*, 1(1), 64-72.
- Watini, S., Latifah, H., Rudianto, D., & Santoso, N. A. (2022). Adaptation of digital marketing of coffee MSME products to digital transformation in the era of the Covid-19 pandemic. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 23-32.