

BLDF LUNCURKAN 'PUSAKA'

3 Destinasi Wisata Jadi Latar Produksi

YOGYA (KR) - Tiga destinasi wisata yaitu Candi Sewu Prambanan, Sleman, Gunung Api Purba Nglangeran, dan Pantai Watu Lawang, Gunungkidul menjadi latar produksi serial web keempat berjudul 'Pusaka', Serial ini persembahkan Bakti Lingkungan Djarum Foundation (BLDF) melalui gerakan berbasis digital Siap Sadar Lingkungan (Siap Darling). Peluncuran 'Pusaka' di Kompleks Candi Sewu, Prambanan, Rabu (25/10) malam.



KR-Surya Adi Lesmana

Nonton bareng serial 'Pusaka' persembahkan BLDF.

Director Communications Djarum Foundation Mutiara Diah Asmara menyampaikan, Siap Darling sebagai gerakan dan kanal komunikasi berbasis digital berupaya mengolah isu ling-

kungan dengan membawa tema persahabatan, petualangan dan imajinasi. Salah satunya kegiatan penanaman yang pernah dilakukan pada 2019 di Kawasan Candi Prambanan, menjadi latar

belakang lokasi di dalam serial web Pusaka ini. "Kami berharap semakin banyak generasi muda yang sadar bahwa kegiatan kesadaran lingkungan, seperti

menanam pohon, kelestarian alam dan warisan sejarah adalah Pusaka bagi generasi mendatang," terang Mutiara.

Pusaka menceritakan tiga orang sahabat, yaitu Getuk (Ucup Klaten), Risa (Audya Ananta) dan Bima (Rezky Mickey) yang mencari jawaban atas kegelisahan hidup mereka. Ketiganya mendapat pesan misterius yang harus dipecahkan, sehingga mendorong untuk bersama terlibat dalam perjalanan yang mengesankan.

Dalam misi mencari pusaka yang harus ditemukan, ketiganya menemukan pelajaran berharga yang mengubah pandangan mereka tentang kecintaan terhadap alam. (Sal)-d

YOGYA (KR) - Menyemarakkan Hari Sumpah Pemuda dan Bulan Bahasa Tahun 2023.

SMP Negeri 6 Yogyakarta mengadakan berbagai kegiatan diikuti seluruh warga sekolah dengan tema 'Merajut Literasi, Kembangkan Potensi'. Salah satunya kegiatan Spenelis (SMPN 6 Menulis) dan Gebyar Literasi (Lomba Menulis Puisi, Cerpen, Geguritan, Story Reading, Membuat Vignette, dan Menggambar Poster).

Kegiatan ini untuk menyuburkan kembali budaya literasi di SMPN 6 Yogyakarta sekaligus menggali dan mengembangkan potensi, siswa, guru dan karyawan. Salah satu kegiatan Gebyar Literasi melibatkan Faber-Castell sebagai pihak ketiga



KR-Istimewa

Siswa peserta Gebyar Literasi Faber-Castell.

yang turut mendukung dan menyukseskan acara. "Dalam Gebyar Literasi, Faber-Castell mengajak para siswa menggambar poster dan membuat vignette bersama. Harapannya karya siswa dapat dibukukan dan dipublikasikan di sekolah.

Siswa diajak mencoba sesuatu yang unik, yakni menggambar di media kertas menggunakan Oil Pastel Black Edition dari Faber-Castell," kata Product Manager Faber-Castell Richard Panelewen, Kamis (26/10). (Ria)-f

16 Guru

"Ada empat poin yang kami laporkan di sini yang ditujukan kepada Ketua MK Anwar Usman," kata Program Manager PSHK Indonesia Viola Reininda di Gedung MK, Jakarta, Kamis (26/10).

Pertama, kata Viola, para pelapor menilai Anwar Usman memiliki konflik kepentingan (*conflict of interest*) dalam Perkara Nomor 90/PUU-XXI/2023. Putusan itu disebut memberikan ruang kepada keponakan Anwar Usman, Waikoto Solo Gibran Rakabuming Raka untuk maju sebagai calon wakil presiden. "Hal tersebut telah terkonfirmasi dengan yang bersangkutan (Gibran) mendaftarkan (diri) mendampingi calon presiden Prabowo Subianto," ungkapnya.

Kedua, para pelapor menyebut Anwar Usman sebagai ketua MK tidak memiliki *judicial leadership* (kepemimpinan peradilan) dalam memeriksa dan memutus perkara tersebut. Anwar Usman tidak menaati hukum acara karena proses peradilan yang dinilai terburu-buru. "Dan juga secara tidak sesuai dengan prosedur, terutama berkenaan dengan tidak diinvestigasinya keajalaan berupa penarikan kembali

permohonan," imbuh Viola.

Selanjutnya, masih menyangkut ketiadaan *judicial leadership*, para pelapor menyotir sikap Anwar Usman ketika menghadapi *concurring opinion* (alasan berbeda) terhadap putusan MK dari dua hakim konstitusi, yaitu Enny Nurbaniingsih dan Daniel Yusmic P. Foekh. "Berkaitan dengan kepemimpinan beliau ketika menghadapi adanya *concurring opinion* dari dua hakim konstitusi yang substansinya ternyata *dissenting opinion*, sehingga menimbulkan keganjilan juga di dalam putusan MK," paparnya.

Terakhir, berkenaan dengan komentar Anwar Usman yang dianggap bermuansa mendukung putusan dalam acara 'Kuliah Umum bersama Prof Dr H Anwar Usman SH MH' pada tanggal 9 September 2023 di Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Jawa Tengah. "Beliau (Anwar Usman) memberikan komentar tentang substansi pengujian undang-undang tentang syarat usia menjadi calon presiden dan wakil presiden," sambungnya. (Ant/Has)-d

Sambungan hal 1

UMKM,

Dengan melihat kontribusi tersebut maka semua pihak sepakat untuk memberdayakan UMKM agar dapat tumbuh dan berkembang dengan cepat. Dalam pemberdayaan UMKM terdapat 5 tantangan yang harus dihadapi pemangku kepentingan (Lemhanas, 2023 dan Sri Susilo, 2021), yaitu: (1) rendahnya inovasi dan penerapan teknologi yang diterapkan UMKM. (2) Terbatasnya akses ke sumber-sumber pembiayaan. (3) Rendahnya produktivitas sumber daya manusia. (4) Keterbatasan kemampuan pemasaran dan *branding* produk. (5) Kualitas produk yang belum standar dan tersertifikasi.

Tantangan terkini dan menjadi isu terakhir adalah penetrasi digital (misalnya Tik Tok) dan banjirnya produk impor (misalnya peredaran barang palsu dan sebagainya). Dari hasil survei, konsumen mengurangi belanja langsung (pasar dan pusat perbelanjaan) dan melalui *market place* (Shopee, Lazada dan sebagainya) dengan berpindah belanja melalui Tik Tok. Migrasi belanja ke Tik Tok temaksud mencapai sekitar 40%-50% (Lemhanas, 2023).

Untuk menjawab tantangan tersebut tentu bukan menjadi tanggung jawab pemerintah (pusat dan daerah) saja, pe-

mangku kepentingan mendukung dan membantu secara nyata pemerintah. Sejauh penulis ketahui, perguruan tinggi (PTN/PPTS), dunia usaha (Kadin dan asosiasi pengusaha), Bank Indonesia, Otoritas Jasa Perbankan, perbankan, komunitas masyarakat dan media massa telah memberikan dukungan dan bantuan nyata dalam pemberdayaan UMKM.

Sebagai contoh, Bank Indonesia menjalankan program *go digital* dan *go export*. UMKM yang produknya telah lolos kurasi maka dilatih dan didampingi untuk menggunakan teknologi digital dengan optimal. Di samping itu, UMKM juga difasilitasi agar mampu menjual produknya di pasar ekspor. Selanjutnya Bank Indonesia juga mempunyai program Korporatisasi UMKM. Korporatisasi tersebut dilakukan melalui penguatan kelembagaan dan perluasan kemitraan dengan pelaku usaha lain dengan tujuan untuk meningkatkan skala usaha UMKM.

Contoh lain, perguruan tinggi melalui Program Pengabdian pada Masyarakat (Abdimas) dan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Perguruan tinggi telah berkontribusi dalam memberdayakan UMKM. Harus diakui, kontribusi tersebut belum optimal karena keterbatasan dana dan sumber daya lainnya.

Sambungan hal 1

Dengan diterapkan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), khususnya program magang, seharusnya perguruan tinggi dapat meningkatkan kontribusinya dalam memberdayakan UMKM. Ketersediaan sumber daya manusia (dosen dan mahasiswa) dapat dioptimalkan melalui pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif serta berkelanjutan.

Agar lebih optimal seharusnya momentum implementasi Program MBKM tersebut harus ditindaklanjuti perguruan tinggi untuk bersinergi dan berkolaborasi dengan program pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah, dunia usaha, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, perbankan dan pemangku kepentingan lainnya.

Secara kongkret, perguruan tinggi menyiapkan dosen dan mahasiswa untuk terlibat dalam pelatihan, pendampingan dan bentuk lainnya dalam memberdayakan UMKM. Selanjutnya pemangku kepentingan membuka diri untuk bekerjasama dengan perguruan tinggi dengan menyiapkan program, anggaran dan sumber daya lainnya.

(Penulis adalah Dosen Prodi Ekonomi Pembangunan FBE UAJY, Pengurus Pusat ISEI & Pengurus Kadin DIY)-d

Rumah

adanya kegiatan tersebut dari pemberitaan media. "KPK menghormati kegiatan tersebut sebagai bagian dari rangkaian proses hukum dan itupun sepanjang sesuai mekanisme dan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku," ujarnya.

Mengenai penyidikan di Polda Metro Jaya terkait kasus dugaan pemerasan terhadap mantan Menteri Syahrul Yasin Limpo (SYL), Ali menyatakan Firlil Bahuri telah kooperatif dengan memenuhi panggilan penyidik.

"Sebelumnya kita ketahui bersama, Bapak Firlil Bahuri juga secara kooperatif sudah hadir

Sambungan hal 1

dan memberikan keterangan yang diperlukan Penyidik Polda Metrojaya dan Mabes Polri," jelasnya.

Ali juga akan mendukung proses penyidikan dengan bertindak kooperatif jika penyidik memerlukan keterangan saksi dari pegawai lembaga antirasuah. KPK juga beberapa waktu lalu telah menyampaikan dokumen-dokumen yang diminta Penyidik Polda Metro Jaya.

Menanggapi pengumuman ini, mantan penyidik KPK Yudi Pumoemo mengatakan menilai sudah tepat dan perlu diapresiasi.

(Ful/Ant)-f

11 Tahun

nasib tragis yang menimpa korban, berawal saat itu Menil yang masih kelas 2 SD, diminta ayahnya untuk tidur. Korban yang sedang berbaring, didekati dan diraba-raba oleh tersangka bahkan pakaian dilucuti hingga terjadi persetubuhan. Aksi bejat itu hampir tiap hari dilakukan tersangka, dengan ancaman akan dibunuh atau akan menyakitinya.

Ancaman itu membuat korban takut, karena per-

nah ia menolak, malahan dibanting oleh pelaku yang tak lain ayah biologisnya sendiri.

"Terakhir aksi itu dilakukan November tahun lalu, ketika korban sedang merawat tersangka yang sakit akibat kecelakaan. Namun, korban justru mendapatkan perlakuan cabul ayahnya itu. Saat dimintai keterangannya, tersangka mengaku khilaf," kata Edy.

Sambungan hal 1

(Ayu)-f

Pemenang TTS Jumbo 78 Tahun KR

- Megawati , Olive Chicken Tanjung Regency A 12 Magelang
- Meidita Barliany Yumna Laily, Mergangsan Lor MG II/1036, Rt 48/15, Wirogunan, Yogyakarta.
- Debora Kurniawati, Perum Pesona Merapi Asri RT 022 RW 009 Tegalyoso Klaten Selatan
- Lucia Sundari, Joyonegaran MG 2 No. 144 RT 43 RW 13 Mergangsan Yogyakarta
- Putri Mayozhi, XI MIPA 8 SMA N 1 TELADAN, Jl. HOS Kokroaminoto No 10 Yogyakarta 55253
- R. Daniel Oktavianta, Sukoharjo Cupuwatu 1 RT 11 RW 4 Purwomartani Kalasan Sleman Yogyakarta 55571
- Efiyati, Temon RT 21 RW 10 Temon Wetan Kulonprogo Yogyakarta
- Wiyono Agung Sutanto, Sambeng IV RT 2/4 Sambirejo Ngawen Gunungkidul 55853
- Layla Amelia, SMK N 1 Sewon, Pulutan Pendowoharjo Sewon Bantul
- Endang Suprihatin, SDM Karangtengah Imogiri Bantul.

Ketentuan Pengambilan Hadiah;

- Masing-masing pemenang mendapatkan hadiah Rp 200.000,-.
- Hadiah diambil/dikirim mulai Senin 30-10-2023.
- Pengambilan hadiah, di kantor KR Sekretaris Direksi, pada hari kerja jam 10-15.00 WIB.
- Pengambilan hadiah menunjukkan kartu tanda pengenal : KTP/SIM.



Prakiraan Cuaca Jumat, 27 Oktober 2023

Lokasi	Pagi	Siang	Cuaca Malam	Diri Hari	Suhu C	Kelembaban
Bantul					22-30	65-95
Sleman					22-29	65-95
Wates					22-29	65-95
Wonosari					22-30	65-95
Yogyakarta					22-30	65-95

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta

UGC Campaign, Strategi Kreatif Membidik Pasar Sasaran

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
Creative Economy Park

luas, dimana saja dan siapa saja. Strategi marketing yang sering digunakan yaitu pembuatan konten marketing pada pemanfaatan sosial media. Konten marketing merupakan strategi kreatif dalam bentuk gambar dan video dengan penambahan suara atau efek yang dipublikasikan untuk tujuan pemasaran. Salah satu strategi konten marketing yang kini banyak diterapkan perusahaan atau brand biasa disebut UGC Campaign atau User Generated Content. UGC Campaign sebagian besar dipengaruhi oleh influencer/key opinion leader (KOL), karena orang tersebut dapat memberikan pengaruh besar bagi konsumen melakukan pembelian. Keberadaan UGC campaign digunakan sebagai salah satu strategi efektif mensukseskan kegiatan pemasaran perusahaan di tengah gempuran teknologi. Dimana, keterlibatan konsumen dengan produk, terbagi kedalam tiga kategori yaitu kategori

tinggi/situasional dimana konsumen secara aktif membuat dan membagikan konten asli, kategori medium dimana konsumen mengacu pada ulasan produk sebelum melakukan pembelian namun tidak secara aktif membuat dan membagikan konten asli, terakhir kategori rendah dimana konsumen mengambil keputusan pembelian tanpa mengacu pada ulasan KOL.

Berbagai perusahaan mulai menerapkan UGC camoaign, seperti contoh brand Spotify. Dari analisa penulis, aplikasi berbasis musik tersebut mencoba menerapkan UGC campaign yang digunakan untuk menyebar awareness dan membangun loyalitas dengan audiensnya. Beberapa UGC campaign yang pernah dilakukan dikemas dengan mengusung tagar #WorkingWithSpotify, #SpotifySuaraIndonesia, #LokalBarengSpotify. Dalam mensukseskan UGC Campaign yang

dijalankan, Spotify menggandeng beberapa influencer dan KOL untuk ikut serta meramaikan campaign tersebut. Spotify memanfaatkan UGC Campaign kategori tinggi yaitu situasional, dimana campaign dibuat disesuaikan dengan trend music yang sedang viral. Selain Spotify, brand aplikasi Bibit juga melakukan UGC Campaign pada kategori medium. Dimana, Bibit membuat konten dengan tagar #InvestasiMudah yang shareable sehingga audiens berpartisipasi dalam menyebar konten asli Bibit yang dirasa bermanfaat. Terlebih, Bibit menggandeng Deddy Corbuzier untuk mempersuasi target sasaran melalui campaign tersebut. Kini, brand-brand hotel juga mencoba menerapkan UGC Campaign dalam bentuk pembuatan challenge, maupun sharing konten berupa foto/video dengan mencantumkan syarat-syarat tertentu salah satunya penggunaan hashtag/tagar. Sehingga parameter konsumen melakukan keputusan

pembelian tidak lagi mengacu pada ulasan konsumen, namun keberhasilan persuasif dari UGC Campaign dengan jenis kategori rendah. Hashtag tersebut merupakan key message yang ingin disampaikan kepada audiens. Banyaknya mention dan hashtag yang dibuat, dapat menjadi indikator keberhasilan campaign tersebut. Campaign yang dijalankan Spotify terbukti berhasil dengan banyaknya audiens yang berkontribusi membuat konten-konten secara massive sehingga konten tersebut menjadi trend kalangan anak muda yang mayoritas merupakan penggemar musik. Selain melalui influencer dan KOL, campaign yang dijalankan diikuti dengan pembuatan daily content yang nantinya, perusahaan akan merepost berbagai konten dari audiens yang berkontribusi dalam penyebaran campaign untuk semua tujuan marketing. Mulai dari brand awareness, meningkatkan penjualan, hingga membangun loyalitas. Dari fenomena tersebut, dapat dilihat bahwa Word of

Mouth yang biasa dipakai dalam pemasaran dengan cara door to door telah mengalami perubahan di era digitalisasi. WOM yang terdapat pada bentuk pemasaran konvensional mulai diadaptasi pada strategi UGC campaign melalui review dan menjadi cara ampuh dalam pemasaran apabila strategi dikemas secara apik, tema konten disesuaikan dengan karakteristik sosial media yang akan dipakai, dan pemilihan influencer/KOL yang tepat sesuai dengan siapa target marketnya. Tidak mengherankan jika kini, UGC Campaign mampu meningkatkan keberhasilan pemasaran perusahaan.

UGC Campaign bisanya dikemas dengan hashtag yang akan selalu dipakai disetiap konten yang dipublikasikan.