

**Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Perlindungan Anak dan Ekonomi Lokal:
Implementasi Program Desa Ramah Anak dan Video Profil UMKM di Dukuh Sewan,
Desa Mayungan**

***Community Empowerment Based on Child Protection and the Local Economy:
Implementation of the Child-Friendly Village Program and MSME Profile Videos in
Sewan Hamlet, Mayungan Village***

Uci Rahmah Dini ^{1*}, Za'idah Nuhaa Athifah ², Fahmi Ilham Mufid ³, Luthfiyah Nurhanifah ⁴, Laela Nur Azizah ⁵, Rini Lovita ⁶, Zulfa Nur Hasanah ⁷, Assyifa Dhian Dhani ⁸, Zaky Fawwaaz Maulana Al Khozi ⁹, Akhdan Raditya Abiyyu ¹⁰, Nirmala Himmatul Husna ¹¹

^{1,11} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

^{2,9} Fakultas Adab dan Bahasa, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

^{3,5,6} Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

⁴ Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

^{7,8,10} Fakultas Tarbiyah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Email : ucrhdmd@gmail.com ¹, athifahnuhaa@gmail.com ², Fahmi11rawk@gmail.com ³, luthfiyahnurhanifah3@gmail.com ⁴, azizahlaela911@gmail.com ⁵, rinilovita204@gmail.com ⁶, szulfanurhasanah641@gmail.com ⁷, assyifadhian705@gmail.com ⁸, zakyfawwaaz05@gmail.com ⁹, akhdanabiyyu17@gmail.com ¹⁰, nirmalaisni@gmail.com ¹¹

*Penulis Korespondensi : ucrhdmd@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Diterima: 14 Mei 2026;

Direvisi: 15 Juni 2026;

Diterima: 28 Juli 2026;

Terbit: 06 Agustus 2026

Keywords: Child-Friendly Village;
Community Empowerment; Digital
Promotion; MSME; Video Profile.

Abstract. Village development that focuses solely on economic aspects without adequate attention to child protection tends to produce imbalanced and less sustainable community empowerment. This community service program aimed to implement a Child-Friendly Village program while developing promotional video profiles for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Dukuh Sewan, Mayungan Village, Ngawen Subdistrict, Klaten Regency, Central Java. A descriptive qualitative approach combined with participatory community empowerment principles was applied, involving village officials, PKK and Posyandu administrators, MSME owners, and local residents as active participants rather than mere program recipients. Data were gathered through direct observation, in-depth interviews, focus group discussions, and documentation, then analyzed descriptively and validated through source and method triangulation. The Child-Friendly Village program was realized through two routine activities, Fun Game and Pojok Baca (Reading Corner), designed to strengthen children's motor skills, cooperation, and reading interest. Meanwhile, the MSME video profile program produced short promotional videos for two local businesses, Dapur Gamelan and Sate Kere Bobo Bu Narti, to enhance brand awareness and expand their digital market reach through social media. The results show that integrating child protection efforts with digital-based economic empowerment can mutually reinforce and strengthen the social and economic resilience of Dukuh Sewan in a sustainable manner.

Abstrak

Pembangunan desa yang hanya berorientasi pada aspek ekonomi tanpa disertai perhatian terhadap perlindungan anak cenderung menghasilkan pemberdayaan masyarakat yang timpang dan kurang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengimplementasikan Program Desa Ramah Anak sekaligus mengembangkan video profil usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif

yang dipadukan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi, dengan melibatkan aparat desa, pengurus PKK dan Posyandu, pelaku UMKM, serta warga sebagai subjek aktif, bukan sekadar sasaran program. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber dan teknik. Program Desa Ramah Anak diwujudkan melalui dua kegiatan rutin, yaitu Fun Game dan Pojok Baca, yang dirancang untuk mengasah motorik, kerja sama, dan minat literasi anak. Sementara itu, program pengembangan video profil UMKM menghasilkan konten promosi berdurasi pendek bagi dua usaha lokal, yaitu Dapur Gamelan dan Sate Kere Bobo Bu Narti, guna meningkatkan *brand awareness* dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa perpaduan antara upaya perlindungan anak dan penguatan ekonomi berbasis digital mampu saling memperkuat daya tahan sosial dan ekonomi Dukuh Sewan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Desa Ramah Anak; Pemberdayaan Masyarakat; Promosi Digital; UMKM; Video Profil.

1. LATAR BELAKANG

Pembangunan desa merupakan salah satu agenda utama dalam pembangunan nasional karena diarahkan untuk mendorong kesejahteraan warga melalui pengelolaan potensi lokal yang berkelanjutan. Sejak diberlakukannya undang-undang Nomor 6 Tahun 2004 tentang Desa, Pemerintah desa diberikan kewenangan yang lebih luas untuk mengelola urusan pemerintahan, pembangunan, pembinaan, serta pemberdayaan masyarakat sesuai karakteristik dan kebutuhan wilayah masing-masing. Adanya kewenangan ini memberi ruang bagi setiap desa untuk berinovasi dalam meningkatkan taraf hidup warganya sekaligus mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Dalam kerangka tersebut, pemberdayaan masyarakat menjadi pendekatan yang penting karena memposisikan warga sebagai subjek atau pelaku pembangunan, bukan sekedar objek yang menerima hasilnya. Melalui pemberdayaan, masyarakat didorong untuk mengenali dan mengoptimalkan potensi yang mereka miliki sehingga pembangunan yang tercipta bersifat mandiri, partisipatif, dan berkesinambungan. Sejumlah kajian menegaskan bahwa keterlibatan aktif masyarakat pada tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program sangat menentukan keberhasilan pembangunan di tingkat desa. (Hamdiani et al., 2025)

Perlindungan anak dan penguatan ekonomi lokal merupakan dua aspek yang saling menopang dalam upaya membangun desa yang berdaya. Dari sisi perlindungan anak, kebijakan nasional mengenai Desa Ramah Anak atau Desa Ramah perempuan dan peduli anak (DRPPA) diarahkan untuk mewujudkan lingkungan desa yang aman, nyaman, inklusif, dan mendukung tumbuh kembang anak secara optimal. Kebijakan ini tidak hanya berfokus pada upaya melindungi anak dari kekerasan, eksploitasi, dan perlakuan diskriminatif, tetapi juga menjamin terpenuhinya hak anak dalam bidang Pendidikan, Kesehatan, rekreasi, dan lingkungan yang layak. Agar program ini berjalan efektif, dibutuhkan sinergi antara pemerintah desa, keluarga, lembaga Pendidikan, organisasi masyarakat, dan seluruh warga guna membangun sistem

perlindungan anak berbasis komunitas yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs* Desa) yang menitikberatkan pada pembangunan manusia yang inklusif dan berkeadilan. (Nasution et al., 2023)

Sementara itu, dari sisi ekonomi lokal, kemandirian sebuah desa juga tidak lepas dari kondisi sosial dan ekonomi masyarakatnya, dimana usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran penting dalam membuka lapangan kerja, menambah pendapatan warga, serta menggerakkan roda perekonomian setempat. Kendati demikian, mayoritas UMKM di wilayah pedesaan masih dihadapkan pada berbagai kendala, antara lain minimnya jangkauan pemasaran, rendahnya literasi digital, terbatasnya kreativitas dalam promosi, serta minimnya akses terhadap teknologi informasi. Akibatnya, tidak sedikit produk lokal yang sebenarnya berkualitas baik justru kesulitan menembus pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut menuntut adanya strategi pemberdayaan yang mampu mendongkrak mutu produk sekaligus menuntut adanya strategi pemberdayaan dan promosi berbasis digital. (Nurqadrianty & Aswad, 2025) Salah satu media promosi digital yang dinilai efektif untuk menjawab tantangan ini adalah video profil, karena mampu memvisualisasikan identitas usaha, tahapan produksi, keunggulan produk, hingga potensi desa secara menarik, sehingga lebih mampu menarik perhatian dibanding cara promosi konvensional. Video profil juga dapat difungsikan sebagai sarana branding desa yang menonjolkan kekayaan sumber daya, ekonomi, dan budaya lokal. Pendampingan pembuatan video profil yang melibatkan partisipasi langsung masyarakat terbukti mampu meningkatkan kapasitas promosi digital sekaligus memperkuat identitas desa. (Awiet et al., 2025)

Dukuh Sewan yang termasuk dalam wilayah administratif Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, tergolong memiliki potensi sosial dan ekonomi yang cukup menjanjikan, terlihat dari tumbuhnya beragam UMKM lokal dengan produk-produk unggulan hasil karya warga setempat. Sayangnya, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi bagi UMKM di dukuh ini masih belum berjalan maksimal. Selain itu, upaya menciptakan lingkungan yang ramah terhadap anak di Dukuh Sewan juga masih membutuhkan penguatan melalui edukasi dan pemberdayaan warga agar tercipta suasana yang aman, nyaman, dan kondusif bagi tumbuh kembang anak. Fakta ini memperlihatkan bahwa penguatan potensi Dukuh Sewan tidak cukup hanya bertumpu pada aspek ekonomi, melainkan juga perlu diimbangi dengan pembangunan sosial yang melibatkan peran aktif seluruh warga. Atas dasar itulah, implementasi Program Desa Ramah Anak yang dipadukan dengan pengembangan video profil UMKM di Dukuh sewan, Desa Mayungan, diharapkan mampu menjadi bentuk

pemberdayaan masyarakat yang secara bersamaan mengedepankan perlindungan anak dan penguatan ekonomi lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel pengabdian ini bertujuan untuk mengimplementasikan program desa ramah anak sekaligus mengembangkan video profil UMKM di Dukuh Sewan, Desa Mayungan, sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat yang memadukan upaya perlindungan anak dengan penguatan ekonomi lokal. Melalui pendampingan pelaksanaan program Desa Ramah Anak, kegiatan ini diarahkan untuk mewujudkan lingkungan yang aman, nyaman, dan mendukung tumbuh kembang anak di dukuh Sewan, sekaligus mendorong keterlibatan aktif warga dalam membangun sistem perlindungan anak berbasis komunitas. Selain itu, melalui pengembangan video profil sebagai media promosi digital, kegiatan ini juga bertujuan meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM lokal, sehingga potensi ekonomi warga dapat dikenal dan berkembang lebih optimal. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi terwujudnya Dukuh Sewan yang berdaya, baik dari sisi sosial maupun ekonomi.

2. METODE PENELITIAN

Kajian ini dirancang dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang digabungkan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi warga. Pendekatan deskriptif kualitatif diambil karena tujuan penelitian adalah memaparkan situasi aktual di lokasi kajian tanpa perlakuan atau rekayasa terhadap variabel, mengikuti prinsip bahwa metode deskriptif adalah cara memecahkan persoalan yang diteliti dengan cara menggambarkan kondisi subjek penelitian sesuai fakta yang sesungguhnya terjadi. Di samping itu, prinsip partisipasi dipakai supaya masyarakat Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah yang berperan sebagai pelaku, bukan sekedar sasaran program, mulai dari tahap perencanaan sampai penilaian hasil kegiatan. (Jabaran & Tampubolon, 2024)

Kajian ini berlokasi di Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, dengan pihak yang terlibat sebagai subjek meliputi aparat desa dan pengelola lembaga yang berkaitan dengan isu perlindungan anak seperti pengurus PKK dan Posyandu, para pemilik usaha UMKM di wilayah tersebut, serta warga yang berperan sebagai penggerak kegiatan desa. Pengumpulan data ditempuh lewat sejumlah cara. Pengamatan langsung dilakukan untuk melihat keadaan desa, termasuk sarana ramah anak dan kegiatan usaha warga. Percakapan mendalam dijalankan bersama aparat desa, pengurus lembaga, dan pemilik UMKM guna menangkap informasi yang lebih mendalam, sejalan dengan kajian

sebelumnya yang memakai cara pengumpulan data berupa pengamatan, percakapan mendalam, dan pencatatan dokumentasi sebagai bahan telaah. Diskusi kelompok terarah turut dijalankan Bersama warga untuk merumuskan kebutuhan program secara Bersama-sama. Merujuk pada kajian yang memakai diskusi kelompok, pengamatan, dan percakapan mendalam sebagai cara pengumpulan datanya dan penelusuran pustaka juga dipakai sebagai pelengkap data, mengacu pada kajian yang cara kerjanya ditempuh melalui penyebaran survei, penelusuran pustaka dan percakapan dengan sejumlah tokoh warga setempat. (Perdana, 2019)

Implementasi Program Desa Ramah Anak ditempuh dalam empat langkah, yakni penyampaian informasi dan koordinasi bersama aparat desa, pemetaan keperluan, dan potensi anak, penyelenggaraan kegiatan berupa edukasi serta penguatan sarana pendukung, dan diakhiri dengan pemantauan serta penilaian yang melibatkan warga secara langsung. Sementara pada Program Pengembangan Video Profil UMKM, Pelaksanaanya menempuh tiga tahap produksi audio visual yang umum dipakai dalam kegiatan berbasis media, sebagaimana kegiatan yang mencakup Langkah survei lokasi, pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Langkah pra-produksi mencakup penjajakan lokasi UMKM dan penyusunan rancangan pengambilan gambar, Langkah produksi berupa rekaman gambar dan percakapan dengan pemilik usaha, dan Langkah pasca-produksi berupa penyuntingan hingga video siap disebarluaskan, mengikuti pola kerja yang terbagi ke dalam tiga fase pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. (Sianturi et al., 2025)

Data terkumpul selanjutnya ditelaah dengan Teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan penyaringan data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Keakuratan data dijaga melalui triangulasi sumber, aparat desa, pemilik UMKM, dan warga, serta triangulasi cara berupa pengamatan, percakapan, dan dokumentasi, sejalan dengan pendekatan pada kajian pemberdayaan UMKM berbasis desa yang datanya diperiksa ulang bersama masyarakat. Melalui metode ini, kajian diharapkan mampu memaparkan secara utuh Program Desa Ramah Anak dan Pengembangan Video Profil UMKM dalam memperkuat potensi yang dimiliki Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. (Sariani et al., 2024)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Mayungan dilaksanakan sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat melalui pendekatan partisipatif. Program yang dilaksanakan mengusung tema “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Inklusivitas dan Penguatan Potensi

Lokal dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan menuju Desa Berkelanjutan”. Kedua program tersebut, yaitu Program Desa Ramah Anak untuk penguatan kualitas sumber daya manusia dan Pembuatan Video Profil UMKM untuk penguatan potensi ekonomi lokal, dilaksanakan secara beriringan sebagai wujud pemberdayaan masyarakat Desa Mayungan. Program tersebut dirancang berdasarkan hasil observasi lapangan dan diskusi bersama Pemerintah Desa serta Masyarakat, sehingga kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan potensi yang dimiliki Desa Mayungan.

Implementasi Program Desa Ramah Anak

Desa Ramah Anak merupakan konsep pembangunan desa yang menempatkan anak sebagai subjek sekaligus penerima manfaat pembangunan, melalui pemenuhan hak-hak anak dan perlindungan dari berbagai bentuk kekerasan, diskriminasi, eksploitasi, serta penelantaran. (Fatichatuz & Rozaq, 2024) Program ini bertujuan menciptakan lingkungan desa yang aman, nyaman, inklusif, serta mendukung tumbuh kembang anak secara optimal melalui kegiatan yang bersifat edukatif, kreatif, dan menyenangkan, sekaligus mendorong keterlibatan aktif warga dalam membangun sistem perlindungan anak berbasis komunitas.

Implementasi Program Desa Ramah Anak di Dukuh Sewan, Desa Mayungan ditempuh melalui tahapan koordinasi bersama aparat desa, pemetaan kebutuhan dan potensi anak, penyelenggaraan kegiatan edukatif, hingga pemantauan yang melalui warga secara langsung. Berdasarkan tahapan tersebut, tim KKN merancang dua bentuk kegiatan utama, yaitu *Fun Game* dan *Pojok Baca*. Kedua kegiatan tersebut dirancang saling melengkapi, yaitu *Fun Game* sebagai sarana pengembangan motorik dan kerja sama melalui permainan, yang dilaksanakan secara rutin setiap hari Selasa sore dengan melibatkan anak-anak Dukuh Sewan sebagai peserta utama. sedangkan *Pojok Baca* berfungsi menumbuhkan minat literasi anak sejak dini. Uraian pelaksanaan kedua kegiatan tersebut dijelaskan lebih rinci pada subbab berikut.

Pojok Baca

Pelaksanaan kegiatan pojok baca diawali dengan proses persiapan dan penentuan lokasi sebagai pusat kegiatan literasi anak di Dukuh Sewan. Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi bersama Masyarakat setempat, tim KKN memilih Gedung TPQ AN-Nur Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah sebagai lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa TPQ An-Nur merupakan salah satu tempat yang aktif digunakan oleh anak-anak untuk kegiatan Pendidikan keagamaan, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai ruang belajar tambahan yang mendukung kegiatan literasi. Selain itu, lokasi TPQ yang mudah dijangkau anak-anak di

Dukuh Sewan menjadikan Pojok Baca lebih mudah dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh Masyarakat.

Sebelum digunakan, tim KKN melakukan penataan ruang dan penyediaan fasilitas pendukung Pojok Baca agar menciptakan suasana yang nyaman bagi anak-anak. Kegiatan persiapan meliputi penataan rak buku, pengelompokan bahan bacaan sesuai kategori, serta penataan area membaca agar lebih menarik dan mendukung aktivitas literasi. Buku-buku yang disediakan kemudian ditempatkan secara rapi sehingga anak-anak dapat memilih bacaan dengan mudah sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.

Setelah proses persiapan selesai, tim KKN melaksanakan kegiatan penyerahan Pojok Baca secara simbolis kepada pengurus TPQ An-Nur Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah sebagai bentuk keberlanjutan program setelah masa pelaksanaan KKN berakhir. Kegiatan penyerahan tersebut dilakukan sebagai bentuk Kerjasama antara mahasiswa KKN dengan pengurus TPQ dalam mendukung peningkatan budaya literasi anak di lingkungan Dukuh Sewan. Dalam kegiatan tersebut, tim KKN menyerahkan fasilitas Pojok Baca beserta koleksi buku yang telah disiapkan kepada pengurus TPQ An-Nur agar dapat dikelola dan dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh anak-anak yang mengikuti kegiatan di TPQ maupun Masyarakat sekitar.

Pelaksanaan kegiatan Pojok Baca kemudian dilanjutkan dengan mengumpulkan anak-anak dan diarahkan ke area Pojok Baca yang berada di Gedung TPQ An-Nur untuk mengikuti kegiatan membaca bersama. Sebelum kegiatan dimulai, Mahasiswa KKN memberikan pengenalan singkat mengenai pentingnya membaca sebagai kebiasaan positif yang dapat memperluas pengetahuan dan meningkatkan kemampuan berpikir. Selanjutnya, anak-anak diberikan kesempatan untuk memilih buku yang mereka sukai sehingga kegiatan membaca berlangsung dalam suasana yang santai dan menyenangkan.



Gambar 1. Kegiatan membaca anak-anak di Pojok Baca.

Selama proses membaca berlangsung, Mahasiswa KKN melakukan pendampingan kepada anak-anak dengan menyesuaikan kemampuan membaca masing-masing peserta. Anak yang telah lancar membaca diberikan kesempatan untuk membaca secara mandiri, sedangkan anak yang masih mengalami kesulitan membaca mendapatkan pendampingan secara langsung melalui kegiatan membaca bersama. Mahasiswa membantu menjelaskan kata-kata yang belum dipahami, memberikan arahan ketika anak mengalami kesulitan memahami isi bacaan, serta menciptakan suasana interaksi yang nyaman agar anak tidak merasa terbebani selama kegiatan berlangsung.

Setelah sesi membaca selesai, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi ringan mengenai bacaan yang telah dipilih oleh anak-anak. Mahasiswa KKN mengajak anak-anak untuk menceritakan kembali isi buku, menyampaikan pendapat mengenai tokoh atau cerita yang dibaca, serta menemukan nilai-nilai positif yang terdapat dalam bacaan tersebut. Beberapa anak diberikan kesempatan untuk tampil membacakan cerita di depan teman-temannya sebagai upaya melatih keberanian, kemampuan berbicara, dan rasa percaya diri.

Pada akhir kegiatan, Mahasiswa KKN bersama anak-anak melakukan penataan kembali buku-buku yang telah digunakan serta menjaga kebersihan area Pojok Baca. Pengurus TPQ An-Nur juga diberikan arahan mengenai pengelolaan sederhana Pojok Baca agar fasilitas tersebut dapat terus dimanfaatkan setelah program KKN selesai. Dengan adanya penyerahan dan pengelolaan bersama antara Mahasiswa KKN dan pengurus TPQ An-Nur, Pojok Baca diharapkan tidak hanya menjadi program sementara selama kegiatan pengabdian berlangsung, tetapi dapat berkembang menjadi fasilitas literasi yang berkelanjutan bagi anak-anak Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah.

Kegiatan Fun Game

Kegiatan fun game merupakan salah satu program kerja yang dilaksanakan di Desa Mayungan. Kegiatan ini dilakukan sebagai salah satu upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Mayungan maka disusunlah suatu program yaitu Desa Ramah Anak yang bertujuan untuk menjamin mutu hidup anak dengan memberikan hak serta kebebasan kepada anak supaya anak dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Kegiatan fun game ini terdiri dari dua kegiatan yaitu lomba kolase menggunakan bahan alam dan lomba estafet bola, kegiatan ini dilaksanakan sebanyak dua kali di waktu dan tempat yang berbeda. Program kerja Fun Game ini dilaksanakan sebagai bentuk interaksi sosial serta pendampingan edukatif dan kreatif bagi anak-anak di Desa Mayungan. Kegiatan ini dirancang untuk menciptakan ruang belajar yang menyenangkan, melatih kerja sama, serta mengasah keterampilan motorik halus dan kasar anak-anak.

Lomba kolase bahan alam merupakan kegiatan seni rupa dua dimensi dengan teknik menghias atau menempelkan berbagai material organik yang bersumber langsung dari alam seperti daun kering, biji-bijian, bunga kering, pasir, hingga kulit bawang pada sebuah pola gambar yang telah disediakan. Melalui perpaduan warna dan tekstur alami ini, kegiatan tidak hanya menjadi wadah ekspresi seni dan stimulasi kreativitas, tetapi juga secara efektif melatih motorik halus, ketelitian, serta kesabaran bagi para peserta. Berbeda dengan kolase pada umumnya yang menggunakan kertas origami atau plastik, kegiatan ini mengusung konsep ramah lingkungan (*eco-friendly*), sehingga para peserta diajak memanfaatkan kekayaan alam sekitar secara kreatif tanpa merusaknya. Perlombaan ini juga dilaksanakan dengan tujuan untuk menanamkan kepedulian lingkungan sejak dini dengan membuktikan bahwa bahan-bahan sederhana yang ada di alam sekitar dapat diolah menjadi karya visual yang bernilai estetika tinggi.

Rangkaian kegiatan Lomba Kolase Bahan Alam diawali dengan proses pembagian bahan alam yang nantinya akan digunakan untuk kolase, kemudian kegiatan ini dibuka secara resmi oleh MC dan koordinator acara oleh mahasiswa KKN melalui pengarahan aturan serta penjelasan kriteria penilaian. Setelah pembagian pola gambar dan bahan-bahan organik, para peserta dipersilahkan untuk mengerjakan kolase. Para peserta diberikan waktu selama sekitar 60 menit untuk berkarya sesuai dengan kreatifitas masing-masing dengan pendampingan dari panitia. Kemudian setelah waktu habis seluruh karya dikumpulkan kepada panitia yang juga berperan sebagai juri. Setelah pengumpulan, sembari menunggu keputusan juri, peserta diajak merapikan area lomba serta mengikuti sesi *ice breaking* singkat untuk mencairkan suasana. Kegiatan ini diakhiri dengan proses penilaian oleh tim juri selama 15 menit, yang kemudian dilanjutkan dengan pengumuman pemenang, penyerahan hadiah, foto bersama, dan penutupan acara secara keseluruhan.



Gambar 2. Antusiasme anak-anak mengikuti Lomba Kolase Bahan Alam.

Selain kegiatan lomba kolase bahan alam, program kerja desa ramah anak juga melakukan kegiatan berupa lomba estafet bola. Lomba Estafet Bola merupakan jenis permainan kelompok (*team building game*) yang mengandalkan kecepatan, ketangkasan, dan koordinasi antar anggota tim. Dalam permainan ini, para peserta harus memindahkan bola dari garis start menuju garis *finish* (atau wadah penampung) secara estafet atau berurutan, tanpa boleh menjatuhkan bola tersebut atau menyentuhnya secara langsung dengan tangan (tergantung variasi aturan yang digunakan).

Kegiatan ini diawali dengan pembagian peserta menjadi beberapa kelompok kecil yang terdiri dari 7-8 anak per tim. Kegiatan Lomba Estafet Bola diawali dengan proses registrasi dan daftar ulang peserta untuk mendata serta membagi peserta ke dalam beberapa kelompok kecil. Acara pertama yaitu pembukaan yang oleh MC dan kemudian dilanjutkan dengan penyampaian sambutan singkat serta penjelasan teknis mengenai aturan main, tata cara memainkan bola, serta kriteria penilaian dan penentuan pemenang. Perlombaan dilaksanakan secara bertahap melalui babak penyisihan hingga babak final yang penuh dengan keseruan dari para peserta yang mengikuti kegiatan tersebut. Setelah babak final berakhir, panitia mengarahkan peserta untuk melakukan sesi pendinginan (*cooling down*) dan dilanjutkan dengan foto bersama seluruh tim, rangkaian kegiatan ini ditutup dengan penyerahan hadiah bagi para pemenang, apresiasi untuk seluruh peserta, dan penutupan.

Selama mengikuti serangkaian kegiatan, anak-anak menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi, seluruh tim mengikuti instruksi dengan baik dan berlomba secara sportif. Kegiatan berlangsung secara interaktif dan berhasil membangun suasana keakraban antara peserta dengan mahasiswa KKN. Melalui permainan estafet bola, anak-anak dilatih untuk mengembangkan motorik kasar, keseimbangan, serta koordinasi mata dan tangan. Permainan tim ini mengajarkan pentingnya komunikasi, kerja sama, serta nilai sportivitas. Anak-anak belajar bahwa keberhasilan kelompok ditentukan oleh setiap anggotanya, bukan hanya individu. Hal ini sejalan dengan tujuan KKN dalam menghadirkan kegiatan positif yang mampu mencairkan suasana dan membangun kedekatan emosional antara mahasiswa dan warga lokal terutama terhadap anak-anak di Desa Mayungan.



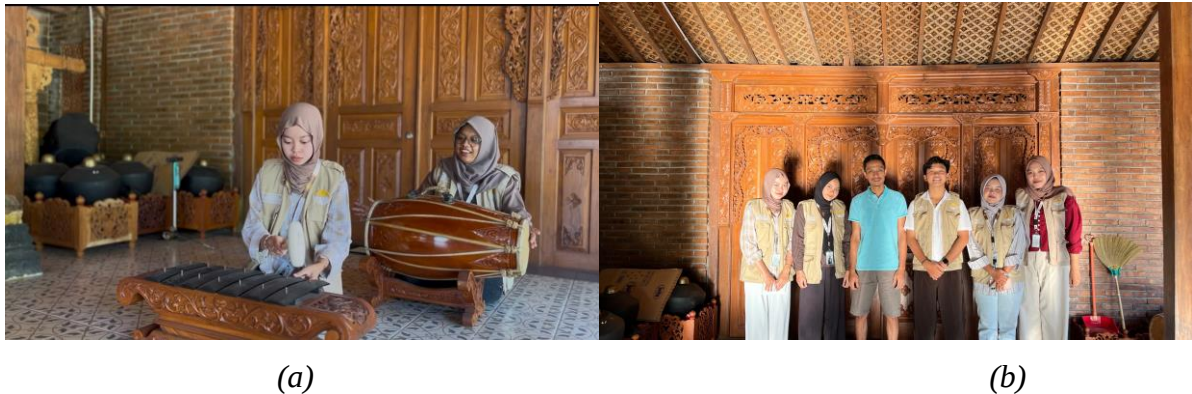
Gambar 3. Kesenangan anak-anak dalam Lomba Estafet Bola.

Pengembangan Video Profil UMKM dalam Upaya Penguatan Potensi Desa Mayungan

Program kerja unggulan kedua yang diinisiasi dan dilaksanakan oleh tim KKN Kelompok 215 UIN Raden Mas Said Surakarta di Desa Mayungan adalah Pengembangan Video Profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil observasi lapangan, Desa Mayungan memiliki potensi ekonomi lokal yang tinggi melalui berbagai produk kriya dan kuliner. Namun, kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha adalah strategi promosi yang masih bersifat konvensional, yakni mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut. Padahal, tren pemasaran di dunia saat ini telah mengalami transisi secara masif dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi berbasis digital (*online*) (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Pemasaran digital dinilai jauh lebih prospektif karena mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Selain itu, pemasaran digital melalui dunia maya memfasilitasi bentuk interaksi yang mempermudah calon konsumen dalam proses pencarian informasi produk secara mandiri dan cepat (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Oleh karena itu, digitalisasi melalui pembuatan video profil menjadi langkah strategis untuk memberdayakan ekonomi lokal di Desa Mayungan.

Pelaksanaan pendampingan dan pembuatan video profil ini difokuskan pada dua UMKM potensial yang mewakili sektor kriya dan sektor kuliner, yakni "Dapur Gamelan" dan "Sate Kere Bobo Bu Narti". Pendekatan promosi untuk masing-masing UMKM disesuaikan dengan karakteristik produk dan target pasar pengguna media sosial saat ini. Sasaran pertama, Dapur Gamelan, merupakan usaha kriya produksi alat musik tradisional yang berlokasi di Dukuh Sewan, Desa Mayungan, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, dan telah berdiri selama kurang lebih 10 tahun dengan memproduksi instrumen secara komprehensif, mulai dari kendang, demung, saron, gong, kenong, hingga menjadi satu set paket gamelan utuh.

Pembuatan video profil untuk Dapur Gamelan difokuskan pada visualisasi nilai seni, kerumitan, dan keaslian proses pembuatan instrumen (*craftsmanship*) dari bahan mentah hingga tahap akhir (*finishing*), dengan tujuan meningkatkan pengenalan merek (*brand awareness*) di ekosistem digital. *Brand awareness* sendiri merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran modern karena mampu membentuk koneksi emosional serta kognitif antara konsumen dan produk, mendorong keputusan pembelian, sekaligus menciptakan loyalitas konsumen dalam jangka panjang yang menopang keberlanjutan bisnis (Nazwa & Kholil, 2025).



Gambar 4. Dokumentasi kegiatan Mahasiswa KKN di Dapur Gamelan: (a) memainkan instrumen gamelan; (b) foto bersama pemilik usaha Dapur Gamelan.

Sasaran kedua berfokus pada sektor kuliner, yaitu Sate Kere Bobo Bu Narti, sebuah usaha legendaris yang telah eksis menjaga cita rasanya sejak tahun 1983, dengan lokasi yang sangat strategis di depan Toko Bobo dan titik lokasi yang telah terintegrasi pada pencarian digital Google Maps untuk memudahkan pelacakan oleh konsumen. Meskipun bergerak di sektor yang berbeda dari Dapur Gamelan, prinsip pembuatan video profil bagi Sate Kere Bobo Bu Narti tetap mengacu pada pendekatan yang sama, yakni menonjolkan proses dan keaslian produk sebagai daya tarik utama, dalam hal ini proses penyajian dan cita rasa khas yang telah dipertahankan selama puluhan tahun.



Gambar 5. Mahasiswa KKN melakukan wawancara dan observasi proses penyajian Sate Kere Bobo Bu Narti.

Video profil kedua UMKM tersebut kemudian didistribusikan dalam format pendek melalui media sosial (Instagram *Reels*), karena memiliki peluang besar untuk tersebar secara cepat ke audiens yang luas berkat dukungan algoritma distribusi konten pada halaman *For You Page/ FYP* (Nazwa & Kholil, 2025), sehingga strategi ini diharapkan mampu memperluas pengenalan pasar sekaligus memperkuat ekonomi lokal kedua UMKM di Dukuh Sewan.

Secara teknis, keseluruhan video promosi untuk Dapur Gamelan maupun Sate Kere Bobo Bu Narti disunting ke dalam format video berdurasi singkat (*short-form* video), yang mana format ini sangat mudah dikonsumsi dan digemari oleh mayoritas pengguna media sosial saat ini (Nazwa & Kholil, 2025). Proses pasca-produksi (penyuntingan) juga mengintegrasikan elemen-elemen penunjang krusial, seperti penggunaan musik latar (*sound*) yang sedang viral dan penyematan tagar (*hashtag*) yang relevan (Nazwa & Kholil, 2025). Penggunaan hashtag ini berfungsi secara strategis untuk mempermudah audiens mencari informasi terkait produk di kolom pencarian, sehingga konten lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang memiliki preferensi spesifik terhadap kuliner maupun seni kriya (Nazwa & Kholil, 2025). Sementara itu, penggunaan sound viral ditujukan semata-mata untuk mengikuti arus tren yang sedang ramai di platform agar penyebaran konten dapat terjadi secara organik dan optimal (Nazwa & Kholil, 2025).

Pada akhir masa pelaksanaan program KKN, aset video profil beserta hak akses publikasinya diserahkan kepada masing-masing pemilik UMKM sebagai bentuk keberlanjutan program (*sustainability*). Melalui inovasi pemasaran digital ini, interaksi komunikasi dua arah dapat terjalin dengan calon konsumen, sehingga mampu menimbulkan *awareness* (kesadaran) dan meningkatkan *engagement* (keterikatan) masyarakat terhadap merek UMKM lokal (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Pesan dan promosi yang ingin disampaikan oleh pelaku usaha akan tersampaikan dengan baik kepada konsumen, yang pada akhirnya diharapkan berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan serta menunjang kemampuan UMKM di Desa Mayungan untuk terus bertahan dan berkembang secara mandiri (Bratadiredja, 2023)

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Dukuh Sewan, Desa Mayungan menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat akan lebih optimal apabila dilaksanakan secara terpadu antara aspek perlindungan anak dan penguatan ekonomi lokal. Implementasi Program Desa Ramah Anak melalui kegiatan *Fun Game* dan Pojok Baca terbukti mampu menghadirkan ruang belajar yang aman, menyenangkan, dan mendukung tumbuh kembang

anak, sekaligus menumbuhkan minat literasi serta melatih motorik dan kerja sama anak-anak Dukuh Sewan. Di sisi lain, pengembangan video profil UMKM bagi Dapur Gamelan dan Sate Kere Bobo Bu Narti berhasil meningkatkan potensi promosi digital kedua usaha tersebut, sehingga membuka peluang perluasan pasar dan penguatan *brand awareness* produk lokal. Dengan demikian, kedua program ini saling melengkapi dalam mewujudkan Dukuh Sewan yang berdaya, baik dari sisi sosial maupun ekonomi, sekaligus memperlihatkan bahwa keterlibatan aktif warga sejak tahap perencanaan hingga evaluasi menjadi kunci keberhasilan

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, disarankan agar pengurus TPQ An-Nur dan tokoh masyarakat setempat terus mengelola dan mengembangkan Pojok Baca secara mandiri agar manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh anak-anak Dukuh Sewan. Pemerintah Desa Mayungan juga diharapkan dapat menjadikan Program Desa Ramah Anak sebagai agenda rutin yang didukung dengan alokasi anggaran serta pelibatan lembaga terkait, seperti PKK dan Posyandu, agar upaya perlindungan anak dapat berjalan secara terlembaga. Bagi pelaku UMKM Dapur Gamelan dan Sate Kere Bobo Bu Narti, disarankan untuk secara konsisten memperbarui konten promosi digital serta memanfaatkan berbagai platform media sosial guna menjaga eksistensi dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kegiatan pengabdian lanjutan dapat dikembangkan dengan mengevaluasi dampak jangka panjang dari kedua program ini, baik terhadap tumbuh kembang anak maupun peningkatan omzet UMKM, sehingga keberlanjutan dan efektivitas program dapat terukur secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Awiet, M., Prasetyo, W., Safitri, S. T., Anwar, T., & Meiah, K. N. (2025). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Cingebul melalui Pelatihan Pembuatan Konten Video sebagai Promosi Digital menggunakan Aplikasi InShot*. 2(1), 33–42.
- Bratadiredja, M. F. (2023). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bagi Pelaku UMKM. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(2), 144-155.
- Fatichatuz, A. D., Rozaq, M. F. M., & Afifah, W. (2024). Pembentukan Desa Ramah Anak di Desa Bedahlawak Jombang melalui Workshop dan Sosialisasi Indikator Desa Ramah Anak. *PUNDIMAS: Publikasi Kegiatan Abdimas*, 3(2), 60-66.
- Hamdiani, S., Azzauri, S., Hidayatullah, R., Risiyaningsih, R., Shofiana, F., Utari, D. L., Maulana, F. A., Fajrina, C. S., Gifari, M. A., Maya, N., Puspita, D., Diwi, I. R., Safitri, N. N., Kamali, S. R., Arisanti, I., Thi, N., & Ha. (2025). Kerjasama Pengembangan Teknologi Ramah lingkungan pembuatan Gerabah Di Indonesia dan vietnam. *Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia*, 4(2), 234-241. <https://doi.org/10.29303/3e6pwk87>

- Jabaran, & Tampubolon, F. R. S. (2024). Pemberdayaan Masyarakat dalam Implementasi Pembangunan Desa. *Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(2), 229–233. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i2.2704>
- Nasution, S., Melati, R., & Nasution, S. (2023). Inovasi Literasi dan Permainan ramah Anak di Pasar Kamu Kawan lama Desa Denai Lama. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Nazwa, A., & Kholil, S. (2025). Analisis Pemanfaatan Tiktok sebagai Media Pemasaran Digital UMKM @Shafaanekasnacks dalam Membangun Brand Awareness. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 8(3), 3519-3527.
- Nurqadrianty, & Aswad, I. (2025). Pembuatan Video Promosi untuk UMKM di Desa Kunyi dalam Meningkatkan Pemasaran dan Daya Saing Produk Lokal. *MACOA : JURNAL PKM*, 2(2), 40–45.
- Perdana, F. R. (2019). Pemberdayaan berbasis partisipasi masyarakat melalui program kampung ramah anak di badran Kota Yogyakarta. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 3(1), 161-188.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Sariani, Khairat, M. El, Sumira, Miladiyenti, F., & Baetty. (2024). UMKM GO-Internasional: Pembuatan Video Profil Bilingual Sebagai Branded-Conetent Silvia Piobang Handycraft. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 170–177. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v11i2.5689>