

Sinergi Mahasiswa KPI dan Media Lokal dalam Program UMKM Bercerita Radar Blitar TV untuk Pemberdayaan UMKM

Akse Subur Prayoga¹, Mochamad Taufiq Kolil², Sarulloh Adi Prayoga³, Annisa Nur Azzizah³, Rizqina Lailal Akhtari⁴, Nikmah Lailatus Sholichah⁵
UIN Syekh Wasil Kediri
axsesp8@gmail.com¹

Article Info

Volume 3 Issue 4
December 2025

DOI :
10.30762/welfare.v3i4.2995

Article History

Submission: 12-11-2025
Revised: 28-12-2025
Accepted: 29-12-2025
Published: 29-12-2025

Keywords:

Student Synergy, Local Media, MSME Empowerment, Community Service, UMKM Bercerita

Kata Kunci:

Sinergi Mahasiswa, Media Lokal, Pemberdayaan UMKM, Pengabdian Masyarakat, UMKM Bercerita



Copyright © 2025 Akse Subur Prayoga, Mochamad Taufiq Kolil, Sarulloh Adi Prayoga, Annisa Nur Azzizah, Rizqina Lailal Akhtari, Nikmah Lailatus Sholichah

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

The UMKM Bercerita program is an established local media initiative of Radar Blitar TV that focuses on presenting inspirational stories of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) as part of community economic empowerment. This community service activity was conducted through the synergy between students of the Communication and Islamic Broadcasting (KPI) program at UIN Syekh Wasil Kediri and Radar Blitar TV as a local media partner. The activity was motivated by the need to strengthen MSME empowerment through educational and inspirational media content that is accessible to the wider community. The service learning method was applied by involving students directly in content planning, production assistance, and digital publication processes. The results of the activity indicate that this collaboration contributes to increased visibility of MSMEs, strengthened entrepreneurial motivation, and improved confidence among business actors in utilizing digital media. This program demonstrates the strategic role of collaboration between higher education institutions and local media in supporting MSME empowerment through participatory communication.

Abstrak

Program UMKM Bercerita merupakan program media lokal Radar Blitar TV yang telah berjalan secara berkelanjutan dalam mengangkat kisah inspiratif pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui sinergi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Syekh Wasil Kediri sebagai mitra kolaboratif dalam mendukung produksi dan penguatan konten program tersebut. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh perlunya pemberdayaan UMKM melalui media yang mampu menghadirkan narasi edukatif, inspiratif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Metode pengabdian yang digunakan adalah service learning, dengan melibatkan mahasiswa secara langsung dalam perencanaan konten, produksi tayangan, dan publikasi digital. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sinergi mahasiswa dan media lokal mampu memperkuat visibilitas UMKM, meningkatkan motivasi wirausaha, serta menumbuhkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital. Program ini menegaskan peran strategis kolaborasi akademik dan media lokal dalam mendukung pemberdayaan UMKM berbasis komunikasi partisipatif.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam konteks pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Media tidak lagi berfungsi secara satu arah sebagai penyampai informasi, tetapi berkembang menjadi ruang dialog dan partisipasi publik. Dalam ekosistem digital, media lokal memiliki posisi strategis karena kedekatannya dengan realitas sosial masyarakat daerah, sehingga mampu menjembatani informasi, aspirasi, dan potensi ekonomi lokal secara lebih relevan dan kontekstual (Diana & Sari, 2024).

Di tengah arus informasi yang semakin cepat, keberadaan media lokal menjadi penting untuk menjaga keberlanjutan ekonomi daerah, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan

Korespondensi:

Akse Subur Prayoga
axsesp8@gmail.com

menengah. UMKM sering kali menghadapi keterbatasan akses promosi, keterampilan komunikasi, dan pemanfaatan media digital. Oleh karena itu, program media yang secara khusus mengangkat potensi dan kisah pelaku UMKM berperan sebagai sarana pemberdayaan, bukan hanya publikasi, tetapi juga penguatan identitas usaha dan peningkatan kepercayaan konsumen.

Program UMKM Bercerita yang ditayangkan oleh Radar Blitar TV merupakan salah satu contoh konkret peran media lokal dalam mendukung ekonomi kerakyatan. Program ini secara konsisten menghadirkan kisah inspiratif pelaku UMKM di wilayah Blitar dan sekitarnya, menampilkan proses usaha, tantangan, serta nilai-nilai ketekunan dan kreativitas. Narasi semacam ini tidak hanya memberikan eksposur media, tetapi juga membangun motivasi sosial dan memperkuat citra positif UMKM di mata publik.

Namun demikian, seiring dengan dinamika media digital dan perubahan perilaku audiens, program UMKM Bercerita menghadapi tantangan dalam menjaga relevansi dan memperluas dampaknya. Kebutuhan akan pengemasan konten yang lebih kreatif, narasi yang kuat, serta integrasi dengan platform digital menjadi hal yang tidak terpisahkan. Tanpa dukungan sumber daya kreatif dan edukatif yang berkelanjutan, potensi program sebagai sarana pemberdayaan ekonomi berisiko tidak berkembang secara optimal (Kreatif, 2023).

Berangkat dari kondisi tersebut, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Syekh Wasil Kediri terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui sinergi dengan Radar Blitar TV. Keterlibatan mahasiswa dipandang relevan karena memiliki kompetensi akademik di bidang komunikasi, penyiaran, dan dakwah media. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah, tetapi juga berkontribusi langsung dalam penguatan media lokal dan pemberdayaan UMKM.

Fokus pengabdian diarahkan pada pendampingan produksi konten, penguatan narasi komunikatif, serta optimalisasi pemanfaatan media digital. Mahasiswa berperan dalam membantu proses kreatif, mulai dari perencanaan konten, penyusunan alur cerita, hingga penyajian pesan yang lebih persuasif dan mudah dipahami oleh audiens. Sinergi ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan peran jurnalis atau kru media, melainkan untuk memperkuat program yang telah berjalan agar lebih adaptif terhadap perkembangan media dan kebutuhan masyarakat (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan Program UMKM Bercerita mampu memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM dan masyarakat. Selain meningkatkan kualitas konten siaran, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya kolaborasi antara perguruan tinggi, media lokal, dan pelaku usaha. Kolaborasi tersebut menjadi langkah strategis dalam memperkuat ekosistem pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas melalui media yang edukatif, partisipatif, dan berorientasi pada pembangunan daerah.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode *service learning*, yaitu pendekatan yang mengintegrasikan proses pembelajaran mahasiswa dengan pelayanan nyata kepada masyarakat melalui kolaborasi bersama media lokal. Metode ini memungkinkan mahasiswa KPI UIN Syekh Wasil Kediri berperan sebagai pendamping dan mitra kreatif dalam program *UMKM Bercerita* yang dikelola Radar Blitar TV.



Gambar 1. Bagan Proses Pengabdian UMKM Bercerita

Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) koordinasi dan perencanaan konten bersama tim Radar Blitar TV; (2) pemilihan pelaku UMKM yang akan ditampilkan berdasarkan potensi usaha dan nilai inspiratif; (3) keterlibatan mahasiswa dalam proses produksi, wawancara, dan penyusunan narasi; (4) publikasi tayangan melalui kanal YouTube Radar Blitar TV; serta (5) evaluasi dampak kegiatan berdasarkan respons pelaku UMKM dan audiens (Nusanti, 2014).

Secara alur, proses pengabdian dimulai dari identifikasi kebutuhan UMKM, dilanjutkan dengan pendampingan produksi konten, publikasi digital, dan refleksi bersama. Pendekatan ini menegaskan bahwa pengabdian dilakukan secara partisipatif dan berorientasi pada pemberdayaan UMKM melalui sinergi mahasiswa dan media lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan tahap koordinasi antara mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Syekh Wasil Kediri dan tim Radar Blitar TV. Koordinasi ini bertujuan untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan kegiatan, konsep program UMKM Bercerita, serta pembagian peran antara mahasiswa dan pihak media. Pada tahap ini, mahasiswa diposisikan sebagai mitra pendamping yang mendukung program yang telah dimiliki Radar Blitar TV, terutama dalam aspek penguatan konten dan pengemasan pesan yang komunikatif dan edukatif.

Tahap berikutnya adalah seleksi pelaku UMKM yang akan ditampilkan dalam program UMKM Bercerita. Pemilihan dilakukan berdasarkan beberapa kriteria, antara lain keunikan produk, konsistensi usaha, serta nilai inspiratif dari perjalanan wirausaha yang dijalani. Proses ini penting untuk memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu memberikan motivasi dan pembelajaran bagi masyarakat luas. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat yang menekankan pada penggalian potensi lokal sebagai kekuatan utama pembangunan ekonomi berbasis komunitas (Yolanda, 2024).



Gambar 2. Proses produksi UMKM Bercerita bersama mahasiswa KPI dan Radar Blitar TV

Pada tahap produksi, mahasiswa KPI terlibat secara aktif sebagai pewawancara, penulis naskah, serta asisten produksi di lapangan. Keterlibatan ini memungkinkan terjadinya proses pembelajaran kontekstual sekaligus pendampingan nyata kepada pelaku UMKM. Konten yang dihasilkan menampilkan kisah perjuangan UMKM, proses produksi, serta pesan motivatif yang disampaikan secara humanis. Publikasi melalui kanal YouTube Radar Blitar TV memberikan ruang interaksi yang lebih luas dan memungkinkan audiens untuk memberikan respons secara langsung, sehingga memperkuat fungsi media digital sebagai sarana komunikasi partisipatif (Fajarini et al., 2025).

Kegiatan pengabdian ini dapat dianalisis menggunakan teori komunikasi pembangunan yang menekankan partisipasi, pemberdayaan, dan perubahan sosial. Dalam perspektif komunikasi pembangunan, media berperan sebagai fasilitator dialog antara masyarakat dan berbagai pemangku kepentingan untuk mendorong peningkatan kualitas hidup Masyarakat (Nainggolan et al., 2025). Program UMKM Bercerita menunjukkan praktik komunikasi pembangunan dengan menghadirkan ruang bagi pelaku UMKM untuk menyuarakan pengalaman, tantangan, dan strategi usaha mereka secara langsung kepada publik.

Selain itu, program UMKM Bercerita mencerminkan penerapan komunikasi partisipatif, di mana pelaku UMKM tidak diposisikan sebagai objek liputan semata, melainkan sebagai subjek utama dalam menyampaikan pesan dan nilai usaha. Partisipasi aktif pelaku UMKM dalam

proses produksi dan penyampaian narasi memperkuat rasa kepemilikan terhadap pesan yang disampaikan, sehingga pesan tersebut menjadi lebih autentik dan mudah diterima oleh audiens (Subejo et al., 2021). Keterlibatan mahasiswa sebagai pendamping turut memperkuat proses ini melalui pendekatan komunikasi yang empatik dan dialogis.

Pendekatan naratif yang digunakan dalam UMKM Bercerita juga relevan dengan teori *storytelling* dalam komunikasi, yang menekankan kekuatan cerita personal dalam membangun empati, kedekatan emosional, dan motivasi. Penyampaian kisah nyata pelaku UMKM memungkinkan audiens untuk tidak hanya mengenal produk, tetapi juga memahami nilai perjuangan dan ketekunan di baliknya. Hal ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa narasi personal dalam media digital mampu meningkatkan daya tarik pesan sekaligus membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiens (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

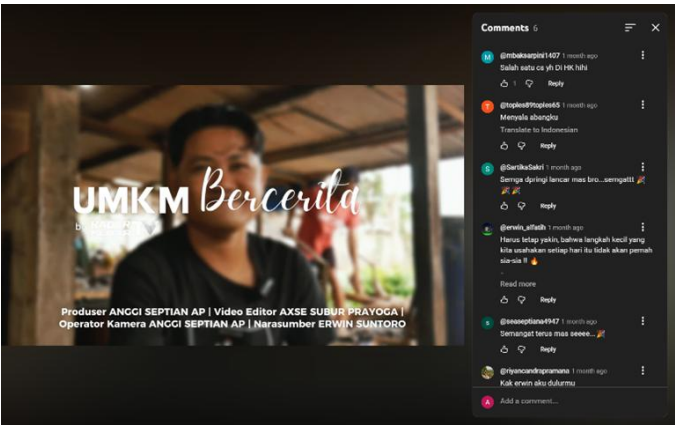


Gambar 3. Proses wawancara pelaku UMKM dalam Program UMKM Bercerita

Keberhasilan kegiatan pengabdian dianalisis melalui beberapa indikator utama, yaitu tingkat partisipasi pelaku UMKM, respons audiens, serta dampak ekonomi awal yang dirasakan oleh pelaku usaha. Partisipasi UMKM terlihat dari kesediaan mereka untuk terlibat aktif dalam proses produksi, keterbukaan dalam berbagi kisah usaha, serta antusiasme dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Kondisi ini menunjukkan meningkatnya kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengomunikasikan usaha mereka kepada publik.

Respons audiens menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas kegiatan pengabdian berbasis media digital. Berdasarkan pengamatan pada kolom komentar dan interaksi di kanal YouTube Radar Blitar TV, banyak audiens yang memberikan tanggapan positif, dukungan moral, serta ketertarikan terhadap produk UMKM yang ditampilkan. Interaksi ini tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga menciptakan hubungan sosial yang lebih dekat antara pelaku usaha dan masyarakat. Fenomena tersebut menunjukkan keberhasilan media digital sebagai ruang komunikasi dua arah yang partisipatif (Ayu et al., 2025).

Dari sisi dampak ekonomi awal, beberapa pelaku UMKM mengakui adanya peningkatan jangkauan promosi dan munculnya pelanggan baru setelah penayangan program UMKM Bercerita. Meskipun peningkatan ini belum dapat diukur secara kuantitatif, pengakuan pelaku usaha menjadi indikator kualitatif keberhasilan kegiatan pengabdian. Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa sinergi mahasiswa KPI UIN Syekh Wasil Kediri dan Radar Blitar TV dalam program UMKM Bercerita berjalan efektif dan mampu mencapai tujuan pemberdayaan UMKM melalui pendekatan komunikasi partisipatif berbasis media lokal digital.



Gambar 4. Tampilan Kolom Komentar pada episode Program UMKM Bercerita di Kanal Radar Blitar TV

4. KESIMPULAN

Sinergi mahasiswa KPI UIN Syekh Wasil Kediri dan media lokal Radar Blitar TV dalam program UMKM Bercerita terbukti menjadi bentuk pengabdian kepada masyarakat yang efektif dalam mendukung pemberdayaan UMKM. Melalui metode service learning, mahasiswa berperan sebagai pendamping kreatif yang memperkuat produksi dan penyampaian pesan program tanpa menghilangkan identitas media sebagai pengelola utama. Kegiatan ini memberikan dampak positif berupa peningkatan visibilitas UMKM, penguatan motivasi wirausaha, serta tumbuhnya kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital. Dengan demikian, kolaborasi ini dapat dijadikan model sinergi berkelanjutan antara perguruan tinggi dan media lokal dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis komunikasi partisipatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldillah, R., Faisaldi, R. H., Ainur, S., Shofiyatul, S., & Septian, R. (2025). Strategi Penguatan Legalitas Produk melalui Sertifikasi Halal pada UMKM Manisan Bligo. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 173–178. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2180>
- Al Arif, M. A., Prastya, A., Ramadhan, M. A., Hartanto, I., Thariq, M. A., Sefia, V., ... Mas'udah, H. Z. (2025). Digitalisasi UMKM melalui Pendaftaran NIB dan Pemanfaatan Google Maps Sebagai Media Promosi. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 513–518. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i3.2622>
- Arianto, B., & Jikhan, F. C. (2025). Pendampingan UMKM Perikanan dalam Pengolahan Ikan Nila menjadi Produk Siap Konsumsi di Desa Kadubeureum. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 83–90. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2092>
- Ayu, D., Widyastuti, R., & Herawati, F. A. (2025). *Media Baru dalam Komunikasi Pembangunan : Studi pada Penguatan Bisnis Berbasis Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 8220(April), 43–61.
- Azizah, A. R., Abimasar, A., Pambudi, A. T., Ardiansyah, A. L. P., & Taufiqi, A. (2025). Strategi Branding UMKM melalui Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Kedai Tahu Bakso Mama Jo. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 179–184. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2175>
- Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). *Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan*. 9(2), 88–96.
- Fajarini, D., Kurniawati, J., & Yuliani, F. (2025). Transisi Media Tradisional Ke Media Digital: Studi Kasus Pada Media Lokal Di Bengkulu. *Jurnal Khobar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 551–568.
- Fadila, P. S., Riawati, P., Rochimah, P. Z., Jingga, P. D., & Reta, P. S. M. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM TahuLogi melalui Optimalisasi Media Promosi di Car Free Day Simpang Lima Gumul Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 133–139. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2176>
- Kreatif, E. (2023). *Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia*. 01(02), 25–32.
- Laily, A. K., Margareta, A. A. M., Ilmi, A. M., Balqist, A. A., & Agustina, A. A. I. S. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM melalui Penerapan Konten Kreatif di Instagram pada Omee Digital Printing dan Konveksi. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 160–165. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2178>
- Nainggolan, Y. O., Sihombing, E. S., Gulo, S., & Lumbantobing, R. (2025). Media sebagai Agen Perubahan: Studi Peran Media dalam Pemberdayaan Masyarakat dalam Era Digital. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidispliner*, 01(03), 3089–0128.
- Nusanti, I. (2014). Strategi Service Learning Sebuah Kajian untuk Mengembangkan Kegiatan Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 20(2), 251–260. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v20i2.142>
- Pranata, M. F., Fakhri, A. A., Fakhri, D., Afiyah, W., Azzahrah, F., Islami, S. N. A. N., ... Sya'ban, P. (2025). Penguatan Strategi Pemasaran UMKM Gethuk Magic Ditengah Keterbatasan SDM dan Laporan Keuangan di Era Digital . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 336–341. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i2.2311>

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Rifai, A., Wardani, H. W., & Andini, P. (2025). Transformasi Digital UMKM: Strategi Branding dan Optimalisasi Marketplace bagi Pelaku Usaha Nugget. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 35–40. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2089>
- Salsabila, E. A., Putri, E. A. Y., Ismiati, E. D. A., Afifah, F. D. N., & Nuryani, E. (2025). Penguatan Ekosistem Bisnis melalui Digitalisasi Produk UMKM Solusi Berkah Miliyarder. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 154–159. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2179>
- Subejo, S., Chamidah, N., Nirmalasari, N., Suyoto, S., Hariadi, S. S., Muhamad, M., Selvi, A. M., Siddiq, D. M., Imawan, K., & Isamayana, I. (2021). Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(1), 90. <https://doi.org/10.22146/jkn.61859>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Wicaksono, R. A., Qurniawati, R. S., Setiawan, E., Valentina, F., Dwiani, O. P., Fitriani, F., ... Annidham, A. S. (2025). Pemberdayaan UMKM Dapoer Fitri di Kecamatan Argomulyo Melalui Pendampingan Pembuatan IUMK dan PIRT untuk Meningkatkan Legalitas Usaha. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2083>
- Zunaidi, A. Maghfiroh, F.L. (2025). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM*. Indramayu: Penerbit Adab
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.
- Zahra, Z. N., Thubazzainun, M. A., Prayoga, A. S., Firmansyah, M. R., Subakti, M. B. U., Mi'rojuddin, M. F., ... Surahmat, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi, Media Promosi, dan Sertifikasi Halal. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 573–579. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i3.2691>