



LOKAKARYA PEMBUATAN KONTEN DIGITAL BAGI ANGGOTA IKATAN AHLI BOGA INDONESIA (IKABOGA) DPC KOTA BANDUNG

Oleh

Daniel Paulus Evert¹, Reza Saeful Rachman², Tanto Trisno Mulyono⁵, Muhamad Hikam Anugrah⁴, Nepi Marisa⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Sungga Buana

E-mail: ¹daniel.matulesy@usbypkp.ac.id

Article History:

Received: 06-12-2022

Revised: 16-12-2022

Accepted: 20-01-2023

Keywords:

lokakarya, konten digital,
ikaboga, kota bandung

Abstract: Lokakarya Pembuatan Konten Digital bagi anggota Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA) DPC Kota Bandung bertujuan untuk mengurai permasalahan yang dihadapi mitra yakni Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA) DPC Kota Bandung dengan cara melakukan pelatihan dalam bentuk lokakarya pembuatan video blog (vlog) dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten dan tersertifikasi pada bidangnya masing-masing. Acara ini dihadiri 40 peserta yakni pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung. Sebelum lokakarya dilaksanakan, dilakukan pre test untuk mengetahui pengetahuan awal para peserta loka karya dan didapatkan hasil Skor rata-rata pre test pengetahuan mengenai pembuatan Vlog adalah 1,98, yang artinya para peserta lokakarya belum paham. Setelah lokakarya dilaksanakan, dilakukan post test dengan hasil Skor rata-rata post test pengetahuan mengenai pembuatan Vlog adalah 3,99, yang berarti para peserta lokakarya paham mengenai berbagai materi yang disampaikan pada saat lokakarya.

PENDAHULUAN

Berbagai aspek di dunia mengalami perubahan tatanan ketika pandemi Covid-19 muncul. Hingga saat ini, di saat banyak pihak sedang berusaha untuk melakukan pemulihan ekonomi dampak yang ditimbulkan masih tetap terasa. Dampak ekonomi akibat pandemi Covid-19 juga dirasakan sektor UMKM yang ada di Indonesia. Data dari Bank Indonesia menyebutkan sebanyak 87,5% UMKM terdampak pandemi covid-19. Dari jumlah ini sekitar 93,2% diantaranya terdampak negatif di sisi penjualan¹. Selain itu terbatasnya modal yang dimiliki serta sumber daya dan pemahaman akan bisnis membuat banyak UMKM harus gulung tikar ketika dihadapkan pada pandemi Covid-19². Salah satu bidang yang terdampak adalah industri makanan (boga) khususnya pengusaha berskala mikro atau UMKM. Covid 19 telah berdampak pada penurunan kinerja pemasaran UMKM. Jumlah pembeli berkurang secara signifikan³. UMKM harus segera diselamatkan dari dampak pandemi yang lebih buruk. Sebagaimana kita ketahui, UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional⁴. Pada saat pandemi dilaporkan terdapat 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terkena dampak pandemi Covid-19⁵.



Para pengusaha UMKM pada bidang makanan (boga) dalam hal ini para pengusaha UMKM makanan yang berhimpun dalam Ikatan Ahli Boga Kota Bandung sebagai mitra dalam pengabdian kepada masyarakat, pada saat pandemi sangat merasakan permasalahan bagaimana perubahan pola produksi, distribusi, dan konsumsi. Di masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari *offline* ke *online*. Pelaku UMKM kesulitan mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu agar usahanya dapat terus berjalan. Perubahan pola tersebut, harus ditanggapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan cara melakukan digitalisasi agar dapat bertahan, serta mampu berkembang. Pemanfaatan konten dalam sebuah media digital sangat berpengaruh dalam aktivitas pemasaran di saat pandemi. Namun sayangnya, tidak semua pengusaha UMKM makanan menguasai kompetensi untuk membuat konten yang berkualitas baik, serta tidak menguasai kemampuan untuk melakukan pemasaran digital yang efektif dan efisien sesuai dengan kaidah pemasaran secara digital secara profesional. Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan⁶. UMKM direkomendasikan untuk melakukan perdagangan melalui *e-commerce* dan melakukan pemasaran secara digital untuk dapat bertahan di masa pandemi⁷. Anggota organisasi yang mayoritas adalah pengusaha UMKM makanan merasakan pentingnya kemampuan-kemampuan tadi untuk menyokong keberlangsungan bisnis pada masa pandemi. Selain itu dibutuhkan pula kompetensi-kompetensi lain yang bertujuan untuk membuat bisnis makanan tersebut menjadi lebih berkembang. Terdapat empat strategi bertahan untuk UMKM di masa pandemi Covid-19 yaitu, 1) melakukan pemasaran dengan *digital marketing*, 2) memperkuat SDM, 3) melakukan inovasi kreatif dan 4) peningkatan pelayanan kepada konsumen⁸.

IKABOGA Kota Bandung merupakan salah satu cabang dari Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA Indonesia) berdiri pada tanggal 3 Desember 1987 yang merupakan wadah tunggal Ahli Boga Indonesia. Hingga saat ini Ikatan Ahli Boga Indonesia sudah berkembang ke berbagai daerah di Indonesia melalui jalur SUBKONSOSIUM. Saat ini pengusaha UMKM makanan yang bergabung dengan IKABOGA Kota Bandung berjumlah 182 orang. Adapun jumlah pengurus untuk cabang Kota Bandung 10 orang. Pada saat terjadi pandemi terjadi perubahan pola dalam pemasaran produk. Jika sebelumnya para anggota menjual produk dengan cara menjual melalui toko dan melakukan promosi secara konvensional, pada saat pandemi para pengusaha dituntut untuk bisa peka terhadap keadaan sehingga mulai melakukan promosi melalui media sosial namun masih dengan kemampuan yang sangat terbatas. Berdasarkan diskusi pendahuluan dengan pihak mitra, proses pembuatan konten, pemasaran digital hanya terbatas pada promosi di media sosial secara sederhana. Proses pembuatan konten yang berkualitas, pemasaran secara digital yang komprehensif belum dilakukan.

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, dilandasi dengan niat baik untuk turut serta dalam pemecahan masalah yang dihadapi IKABOGA kota Bandung sebagai mitra maka diadakanlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbentuk lokakarya dengan judul kegiatan “Lokakarya Pembuatan Konten Digital bagi anggota Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA) DPC Kota Bandung” yang bertujuan untuk mengurai permasalahan yang dihadapi mitra dengan cara melakukan pelatihan untuk menanggulangi permasalahan-permasalahan tersebut. Digitalisasi menjadi sebuah kebutuhan penting, terbukti di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) terjadi kenaikan signifikan pada



pemanfaatan *e-learning*, *eCommerce*, literasi digital, permintaan *delivery*, dan transaksi secara digital. Namun kita tidak dapat memungkiri adanya permasalahan digitalisasi UMKM khususnya yang dialami oleh mitra yakni para pengusaha makanan (*boga*) yang tergabung dalam IKABOGA kota Bandung. Pemahaman dari pelaku UMKM terhadap teknologi, pemasaran online terbatas, proses produksi dan akses pasar daring yang masih dinilai belum cukup maksimal.

Kegiatan lokakarya ini merupakan kerjasama Kemdikbudristek Republik Indonesia dengan LPPM Universitas Sangga Buana melalui program insentif Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terintegrasi MBKM. Acara ini dihadiri 40 peserta yakni pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung. Selain lokakarya, dalam acara ini juga dilakukan penyerahan peralatan multimedia dari Kemdikbudristek untuk membantu kegiatan pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung ke depannya khususnya dalam aktifitas berbasis digital.

Dalam implementasinya, kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa sebagai anggota tim pengabdian masyarakat. Hal ini sesuai dengan salah satu hal dari delapan kegiatan MBKM yakni pelibatan mahasiswa dalam suatu proyek kemanusiaan. Mahasiswa mendapatkan bobot sks sebanyak 2 sks setelah mengikuti kegiatan ini. Lalu berkaitan juga dengan beberapa Indikator kinerja utama (IKU) di perguruan tinggi yakni IKU 2, IKU3, IKU5 yang berisi hasil kerja dosen digunakan masyarakat, dosen berkegiatan di luar kampus, serta mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus. Selain itu pengabdian ini juga berkaitan dengan kinerja di bidang pengabdian pada masyarakat, publikasi hasil pengabdian masyarakat, juga terkait pendaftaran hak cipta. Selain itu, diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi mitra.

METODE

Dalam implementasinya, pelatihan pembuatan konten digital ini menggunakan konsep lokakarya di mana para peserta tidak hanya mendapatkan teori saja melainkan melakukan praktik sehingga didapatkan pemahaman yang menyeluruh. Acara ini dihadiri 40 peserta yakni pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung. Lokakarya dilakukan di Universitas Sangga Buana Bandung.

Demi terselenggaranya kegiatan PKM yang efektif dan efisien, tim melakukan rangkaian kegiatan secara terperinci, dimulai dari identifikasi awal untuk mengetahui permasalahan mitra, dilanjutkan dengan sosialisasi konsep kegiatan, melakukan kegiatan lokakarya, diikuti dengan melakukan bimbingan dan pendampingan, dan diakhiri dengan evaluasi dan monitoring.

HASIL

Sehubungan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, tim panitia melakukan survei langsung ke mitra untuk peninjauan awal serta mengetahui apa saja kebutuhan yang mitra perlukan yakni berkaitan dengan produksi konten. Mitra menghadapi permasalahan bidang produksi konten dalam hal inovasi dan teknologi, saat ini mitra memproduksi konten dengan cara memaksimalkan media sosial WhatsApp dan Instragram dengan bentuk foto saja. Dalam bidang ini, tim PKM menawarkan penyelesaian masalah mengenai proses produksi konten lain dengan bentuk video yaitu *food vlogger*. Dalam pelaksanaan lokakarya, mitra akan diberikan kesempatan melakukan simulasi yang langsung didampingi oleh narasumber



untuk memproduksi konten secara profesional yang terdiri dari teknik penataan kamera, penataan cahaya, penulisan naskah, teknik berbicara di depan kamera, teknik dasar editing video, hingga proses unggah video di media sosial. Dengan simulasi tersebut, mitra diharapkan akan mampu memproduksi vlog yang berkualitas. Selanjutnya tim memberitahukan dan memberi arahan kepada mitra, baik itu teknis dan acara kegiatan yang akan dilaksanakan, lokasi yang dilaksanakan, serta kesiapan peserta yang akan datang pada kegiatan ini.



Gambar 1

Suasana Pembukaan Pelaksanaan Lokakarya

Materi yang diberikan kepada mitra pada saat lokakarya adalah lokakarya pembuatan video blog (vlog). Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman para peserta terkait topik kegiatan, para peserta mengisi *pretest* terlebih dahulu sebelum materi disampaikan oleh narasumber. Selanjutnya narasumber menyampaikan pengertian dari vlog bahwa vlog adalah singkatan dari video blog, dan mengacu pada jenis blog dimana sebagian besar atau semua kontennya dalam format video.



Gambar 2

Suasana Pelaksanaan Lokakarya

Format ini dapat dikombinasikan dengan tampilan visual menarik lainnya, seperti



grafis, teks, dan lain-lain. Narasumber juga menjelaskan bahwa desain, video, dan foto produk yang dihasilkan kepada target *audience* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan strategi penjualan agar penjualan dari produk yang dijual banyak diminati konsumen.



Gambar 3

Narasumber Memberikan Arahan Kepada Peserta Lokakarya

Untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam, narasumber memberikan arahan, tata cara, dan praktek langsung kepada para peserta untuk mencoba foto produk secara profesional dengan hanya menggunakan *smartphone* dan *lighting*. Para peserta dipersilahkan untuk membawa produk bisnisnya masing-masing agar dapat langsung mengimplementasikan teknik-teknik yang telah didapatkan. Setelah sesi lokakarya berakhir, dilakukan pengisian post test untuk mengetahui tingkat pemahaman para peserta setelah melaksanakan kegiatan lokakarya.

Selain kegiatan lokakarya, dalam kegiatan ini juga dilakukan acara penyerahan hibah berupa peralatan multimedia dari Kemdikbudristek untuk membantu kegiatan pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung ke depannya, khususnya dalam aktifitas berbasis digital.



Gambar 4

Dokumentasi penyerahan peralatan multimedia dari kemdikbudristek kepada DPC Ikaboga Kota Bandung



Selanjutnya dalam proses bimbingan dan pendampingan, tim mendatangi mitra untuk mengarahkan lebih lanjut bagaimana cara menggunakan peralatan multimedia tersebut, seperti memberikan arahan pada setting kamera dan tripod, pemasangan dan penggunaan SD Card pada kamera, setting dasar kamera untuk keperluan foto produk dan pembuatan video, penataan *lighting*, cara mengoperasikan aplikasi editing video dan pembuatan konten di laptop, serta cara menggunakan *micrphone clip on wireless* untuk menghasilkan konten yang lebih profesional dan berkualitas.



Gambar 5

Suasana Kegiatan Bimbingan dan Pendampingan

Untuk mengetahui bagaimana perkembangan dan keberhasilan mitra dalam PKM ini, maka tim PKM melakukan evaluasi untuk mengetahui apakah solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat diterapkan dengan baik atau tidak. Setelah kegiatan tersebut Tim PKM kembali mendatangi mitra untuk melihat perkembangan penggunaan alat-alat yang sudah mulai digunakan pengurus dan anggota. Sebagai tindak lanjut, ke depannya Tim PKM akan melakukan komunikasi secara rutin dengan mitra untuk melihat perkembangan mitra dalam menerapkan digitalisasi konten dalam kegiatan pemasaran bisnisnya.



Gambar 6

Suasana Kegiatan Evaluasi dan Monitoring



DISKUSI

Fungsi dari lokakarya ini adalah memberikan informasi dan panduan yang berfokus pada pengajaran keterampilan khusus atau pembahasan topik yang berkaitan dengan judul yakni Lokakarya Pembuatan Konten Digital bagi anggota Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA) DPC Kota Bandung. Manfaat yang diperoleh dari mengikuti lokakarya ini adalah: mengetahui dasar-dasar mengenai videography, alat-alat yang digunakan dalam membuat konten vlog, cara pengaturan dalam membuat video, sejarah vlog, manfaat vlog untuk kegiatan berbisnis, jenis-jenis konten vlog, serta bagaimana cara yang baik untuk membuat vlog yang profesional dan berkualitas.

Sebelum kegiatan lokakarya dilaksanakan, para peserta mengisi pretest terlebih dahulu sebanyak 5 (lima) pertanyaan yang disesuaikan dengan materi yang akan disampaikan oleh narasumber. Untuk memberikan hasil yang terukur, jawaban yang terdapat di dalam angket menggunakan skala likert dengan pilihan: sangat paham, paham, cukup paham, kurang paham, dan belum paham. Hasil yang diperoleh dari pretest adalah sebagai berikut:

Pertanyaan	SP	%	P	%	CP	%	KP	%	BP	%
Apakah anda memahami apa itu videography?	0	0%	1	3%	8	20%	17	43%	14	35%
Apakah anda memahami alat-alat yang digunakan dalam pembuatan video?	0	0%	0	0%	10	25%	15	38%	15	38%
Apakah anda memahami setting dalam pembuatan video?	0	0%	0	0%	7	18%	19	48%	14	35%
Apakah anda memahami apa itu vlog?	1	3%	2	5%	15	38%	14	35%	8	20%
Apakah anda memahami cara pembuatan vlog?	0	0%	1	3%	10	25%	14	35%	14	35%

Tabel 1

Hasil Pretest Peserta Lokakarya

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata peserta banyak menjawab pilihan kurang paham. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan tema lokakarya sesuai dengan permasalahan yang dialami oleh mitra.

Setelah selesai mengikuti lokakarya, para peserta mengisi *post test* dengan menggunakan pertanyaan yang sama untuk mengetahui apakah terdapat peningkatan tingkat pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Berikut hasil *post test* peserta lokakarya:

Pertanyaan	SP	%	P	%	CP	%	KP	%	BP	%
Apakah anda memahami apa itu videography?	7	18%	28	70%	5	13%	0	0%	0	0%
Apakah anda memahami alat-alat yang digunakan dalam pembuatan video?	5	13%	25	63%	10	25%	0	0%	0	0%
Apakah anda memahami setting dalam pembuatan video?	7	18%	22	55%	11	28%	0	0%	0	0%
Apakah anda memahami apa itu vlog?	12	30%	24	60%	4	10%	0	0%	0	0%
Apakah anda memahami cara pembuatan vlog?	6	15%	23	58%	11	28%	0	0%	0	0%

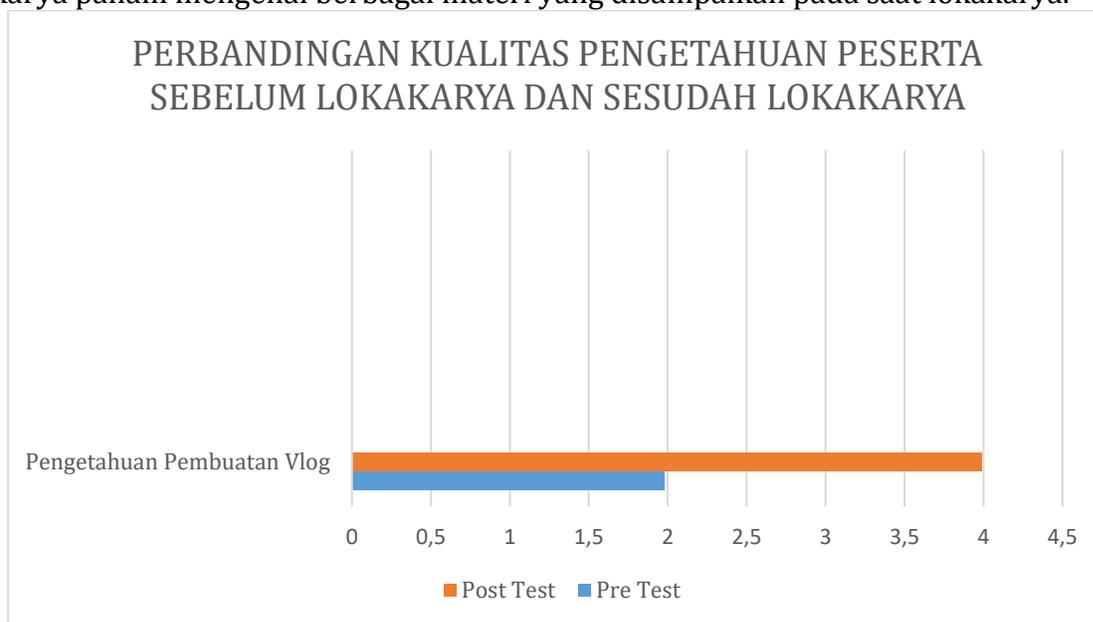
Tabel 2



Hasil Post Test Peserta Lokakarya

Dari tabel di atas, dapat terlihat bahwa mayoritas peserta menjawab paham. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan lokakarya memberikan perubahan tingkat pengetahuan para peserta terhadap materi yang disampaikan oleh narasumber.

Jika melihat dari hasil *pretest* dan *post test* manfaat yang dirasakan oleh peserta lokarkarya sangat berdampak kenaikannya terhadap pengetahuan materi lokakarya tersebut. Sebelum lokakarya dilaksanakan, didapatkan hasil skor rata-rata *pretest* pengetahuan mengenai pembuatan *Vlog* adalah 1,98, yang artinya para peserta lokakarya belum paham. Setelah lokakarya dilaksanakan, dilakukan *post test* dengan hasil skor rata-rata *post test* pengetahuan mengenai pembuatan *Vlog* adalah 3,99, yang berarti para peserta lokakarya paham mengenai berbagai materi yang disampaikan pada saat lokakarya.



Gambar 7

Diagram Perbandingan Kualitas Pengetahuan Peserta Lokakarya

Melihat diagram perkembangan di atas, adanya perkembangan pengetahuan *vlog* sebesar 40,2%. Persentase tersebut memperlihatkan dampak yang signifikan dalam peningkatan kualitas pengetahuan peserta lokakarya.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan Kegiatan Lokakarya Pembuatan Konten Digital bagi anggota Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA) DPC Kota Bandung yang merupakan kerjasama Kemdikbudristek Republik Indonesia dengan LPPM Universitas Sangga Buana melalui program insentif Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terintegrasi MBKM didapatkan beberapa simpulan sebagai berikut. (1) Acara ini dihadiri 40 peserta yakni pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung. (2) Lokakarya yang dilakukan adalah mengenai pembuatan video blog (*vlog*) yang menghadirkan narasumber kompeten dan tersertifikasi pada bidangnya. Selain lokakarya, dalam acara ini juga dilakukan penyerahan peralatan multimedia dari Kemdikbudristek untuk membantu kegiatan pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung ke depannya khususnya dalam aktifitas berbasis digital. (3)



Dalam implementasinya, kegiatan ini melibatkan mahasiswa sebagai anggota tim pengabdian masyarakat. Hal ini sesuai dengan salah satu hal dari delapan kegiatan MBKM yakni pelibatan mahasiswa dalam suatu proyek kemanusiaan. Mahasiswa mendapatkan bobot sks sebanyak 2 sks setelah mengikutui kegiatan ini. Lalu berkaitan juga dengan beberapa Indikator kinerja utama (IKU) di perguruan tinggi yakni IKU 2, IKU3, IKU5 yang berisi hasil kerja dosen digunakan masyarakat, dosen berkegiatan di luar kampus, serta mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus. (4) Sebelum lokakarya dilaksanakan, dilakukan pretest dengan hasil Skor rata-rata pretest pengetahuan mengenai pembuatan Vlog adalah 1,98 yang artinya para peserta lokakarya belum paham. Setelah lokakarya dilaksanakan, dilakukan post test dengan hasil Skor rata-rata post test pengetahuan mengenai pembuatan Vlog adalah 3,99 yang berarti para peserta lokakarya paham mengenai berbagai materi yang disampaikan pada saat lokakarya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim penulis berterima kasih kepada Kemdikbudristek Republik Indonesia, Pimpinan Universitas Sangga Buana, Pimpinan dan staf LPPM Universitas Sangga Buana, pengurus dan anggota IKABOGA DPC Kota Bandung, Pimpinan dan staf FISIP universitas Sangga Buana, Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Ratnawaty Marginingsih. Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Volume 8 No. 2, 110-116; 2021.
- [2] Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 3 No.2, 298-309; 2020.
- [3] Damarwulan L.M., Ramdansyah A.D., & Lutfi. Peningkatan Kekuatan Jejaring Wirausaha dan E-Marketing UMKM di Banten dalam Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. Volume 3 No. 3, 1113-1123; 2021.
- [4] Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*. Volume 2, No. 1, 345-349; 2019.
- [5] Thaha, Abdurrahman Firdaus. Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*. Volume 2 No. 1, 147-153; 2020.
- [6] Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)*. Volume 1, No. 1, 1 -17; 2017.
- [7] Hardilawati, W. L. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*. Volume 10 No. 1, 89-98; 2020.
- [8] Alfrian G.R., & Pitaloka E. Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bertahan pada Kondisi Pandemik Covid 19 di Indonesia, *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6 ISAS Publishing, Series: Social and Humanities*. Volume 6, No 2, 139-14; 2020.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN