



LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 28 November 2020



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 28 November 2020

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp.(0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : **Mulia Sulistiyono, M.Kom**
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

Kulit Muka : **Bernadhed, M. Kom.**

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp. (0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

Cetakan I, Januari 2021

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh bagian isi buku ini tanpa
izin tertulis dari penerbit.



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

Agus Purwanto., M.Kom.

**Anggit Dwi Hartanto,
M.Kom. Mei P.**

Kurniawan, M.Kom.

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.

**Windha Mega Pradnya Dhuhita,
M.Kom. Mardhiya Hayaty, S.T.,
M.Kom.**

Lilis Dwi Farida, S.Kom., M.Eng.

Sumarni Adi, S.Kom., M.Cs.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 dapat terselenggara. Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan-permasalahan masyarakat. Banyak permasalahan-permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan. Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 ini sebagai keynote speaker adalah Bapak Putut Purwandono, S.E., M.S.E., M.Sc. yang menjabat sebagai Kepala Sub Bagian Kerja Sama Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 terdapat 89 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana. Kepada keynote speaker kami juga mengucapkan terimakasih atas kesediaannya untuk membuka wawasan dan membagi pengalaman tentang pengabdian masyarakat.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2020

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PENINGKATAN MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA TERNAK LELE MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI APLIKASI BERBASIS ONLINE Ade Pujiyanto	Halaman 1-6
PENINGKATAN LITERASI INFORMASI MENGHADAPI INFODEMIC BAGI SISWA SMP DI ERA PANDEMI COVID-19 Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	7-12
PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN DENGAN SISTEM MONITORING PENGAJIAN PADA YAYASAN INSAN PRIMA DI MASA PANDEMI COVID-19 Afrig Aminuddin	13-18
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN TANGGUH BENCANA PADA KOMUNITAS OMAH PARENTING YOGYAKARTA Afrinia Lisditya, Tanti Prita Hapsari	19-24
PENERAPAN VIRTUAL ASSISTANT E-COMMERCE DALAM MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRE-ORDER DI USAHA JAS FORMAL CARPIGIANI Agit Amrullah	25-30
E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BONSAI WALUYO Agung Nugroho	31-36
PKM PENINGKATAN BRANDING PRODUK UNTUK MENUNJANG STRATEGI PEMASARAN ONLINE UKM "SERBA BISA TAILOR" SAAT PENDEMI COVID-19 Agus Fatkhurohman	37-42
STRATEGI PENJUALAN ONLINE DALAM PENGUATAN BUMMAS UNTUK MENYONGSONG NEW NORMAL MARKET Ali Mustopa	43-48
PEMANFAATAN MICROSOFT POWERPOINT SEBAGAI SOLUSI STRATEGI VISUAL DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DI MASA PANDEMI Alvian Alrasid Ajibulloh	49-54
PENGEMBANGAN GERAKAN NGAJI LITERASI DI LINGKUNGAN SANTRI DENGAN MOBILE JOURNALISM Andreas Tri Pamungkas	55-60
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA VIO LAOUNDRY Andriyan Dwi Putra	61-66
PELATIHAN KOMUNIKASI MARKETING DAN DIGITAL BRANDING DI TENGAH COVID-19 BAGI PELAKU USAHA DESA GENTAN Angga Intueri Mahendra	67-71
INISIASI PENGELOLAAN INFORMASI BISNIS UNTUK ANGGOTA KOMUNITAS DAKWAH EKONOMI SYARIAH Anggrismono	72-77
PENINGKATAN PERILAKU BERSIH SEHAT UNTUK MENDUKUNG KESIAPAN TATANAN BARU DI LINGKUNGAN SEKOLAH TK ABA SURYOCONDRO Ani Hastuti Arthasari	78-83

SOCIAL CHAMPAIGN PENGGUNAAN PEMBALUT RAMAH LINGKUNGAN Ardiyati, Rina Pramitasari	84-89
DIGITALISASI MEDIA PEMBELAJARAN PADA PAUD TERPADU ALLIFA Arifiyanto Hadinegoro, Andrian Tri Muryanto	90-95
PENYUSUNAN WEBSITE ASOSIASI PROFESI IKATAN AHLI PERENCANAAN (IAP) DIY SEBAGAI WADAH PUBLIKASI DAN KOMUNIKASI Bagus Ramadhan, Pramudhita Ferdiansyah	96-101
PELATIHAN PEMBUATAN GAME UNTUK SISWA SD MUHAMMADIYAH KADISOKA Bayu Setiaji, Windha Mega PD	102-107
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA RENDANG “UNI LEN” MUJA MUJU TIMOHO Bety Wulan Sari	108-113
PEMANFAATAN TEKNOLOGI INTERNET UNTUK PELAKSANAAN KERJA DARI RUMAH DI MSV STUDIO Bhanu Sri Nugraha	114-119
PEMANFAATAN POSTER SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN Deani Prionazvi Rhizky, Ni'mah Mahnunah	120-125
PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN PENGENALAN BENTUK UNTUK ANAK USIA PAUD Dina Maulina	126-131
LITERASI PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT MENGHADAPI NEW NORMAL AKIBAT WABAH COVID-19 MELALUI MEDIA DIGITAL DAN KONVENSIONAL Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana	132-137
WORKSHOP PENYELENGGARAAN KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR (KBM) DAN UJIAN ONLINE UNTUK GURU KIMIA SMA N 7 YOGYA Eli Pujastuti, Stara Asrita	138-143
PENINGKATAN KETRAMPILAN MELALUI PELATIHAN BUDIKDAMBER DALAM UPAYA KETAHANAN PANGAN DAN EKONOMI MASYARAKAT KAMPUNG PASEKAN DI MASA PANDEMI COVID-19 Fahrul Imam Santoso	144-149
OPTIMALISASI PENGGUNAAN TEKNOLOGI WEB UNTUK PROGRAM TAHFIDZ AL-QURAN PADA YAYASAN SABILUL MUTAQIN MARGAMULYA Ferian Fauzi Abdulloh	150-155
PEMBUATAN WEBSITE KAMPUNG SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PERWUJUDAN KELEMBAGAAN KREATIF Ferri Wicaksono, Haryoko	156-161
STRATEGI BRANDING DAN PROMOSI ONLINE “WARUNG SEMBAKO ARFA” DI MASA PANDEMI COVID-19 Fitri Juniwati Ayuningtyas	162-167
PENGUATAN KEPEKAAN LINGKUNGAN PADA ANAK USIA DINI MELALUI CERITA BERGAMBAR Fitria Nucifera	168-173
WORKSHOP ONLINE (WSO) MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI KREATIF DITENGAH PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN PLAYEN, KABUPATEN GUNUNGGIDUL, YOGYAKARTA Fitria Nuraini Sekarsih, Ali Mustopa	174-179

PENINGKATAN KETAHANAN BENCANA PANDEMI COVID-19 DI SMP NEGERI 1 BANTUL Gardyas Bidari Adninda, Aditya Maulana Hasyimi	180-185
PENINGKATAN KUALITAS SDM DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN PADA FIA SOUVENIR DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI KEUANGAN BERBASIS MOBILE Haryoko, Ferri Wicaksono	186-191
PELATIHAN PEMANFAATAN APLIKASI SMARTPHONE UNTUK PEMBUATAN VIDEO PENDEK PADA STAFF BADAN PENGAWAS DAN PEMILU (BAWASLU) SLEMAN Ika Asti Astuti	192-197
DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA PENINGKATAN PROMOSI SEKOLAH DI MASA PANDEMI COVID-19 Ike Verawati	198-203
PELATIHAN DIGITAL FORENSIC DAN PENELUSURAN HOAX BAGI BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM (BAWASLU) KABUPATEN SLEMAN Irwan Oyong	204-209
MOTIVASI DAN KETRAMPILAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBENTUK WIRAUSAHA MUDA PADA REMAJA ISLAM GADING TULUNG (RIGT) Ismadiyanti Purwaning Astuti	210-215
PELATIHAN DIGITAL MARKETING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PROMOSI PENJUAL BUNGA HIAS DI KECAMATAN RUMBIA Jeki Kuswanto	216-221
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI DALAM MEMPRODUKSI HAND SANITIZER DAN DISINFEKTAN MANDIRI SEBAGAI UPAYA PENCEGAHAN WABAH COVID-19 Jurni Hayati	222-227
PENINGKATAN KETAHANAN USAHA MIKRO KELOMPOK DISABILITAS TUNA RUNGU DI TENGAH PANDEMI COVID-19 Laksmindra Saptyawati	228-233
PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE UNTUK MEDIA PEMASARAN DAN IKLAN PADA SUMBER LEATHER Lukman, Muhammad Abdul Malik	234-239
PELATIHAN DARING PEMBUATAN DAN DESAIN SERTA MANAJEMEN KONTEN WEBSITE UNTUK STAF DAN PANWASCAM BAWASLU SLEMAN M. Nuraminudin	240-245
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH Majid Rahardi	246-251
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN USAHA MENGGUNAKAN SISTEM INVENTORY PADA GERAJ MILKSHAKE Moch Farid Fauzi	252-257
PENINGKATAN KEMAMPUAN EDITING PENJUALAN BISNIS TEMPLATE CREATIVE MARKET PADA ORGANISASI KEPEMUDAAN Muhammad Misbahul Munir	258-263
PENGENALAN E-LEARNING DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOOGLE DI TK ABA AL IHSAN GUNA MEMBANTU PROSES PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI COVID-19 Ninik Tri Hartanti	264-269

PENGENALAN KONSEP URBAN FARMING SEBAGAI ALTERNATIF SOLUSI KETAHANAN PANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN	270-275
Ni'mah Mahnunah, Deani Prionazvi Rhizky, Irfan Rifani	
PENDAMPINGAN OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DENGAN MEMANFAATKAN GOOGLE ADS	276-281
Nuri Cahyono	
SOSIALISASI DAN PENYULUHAN PEMANFAATAN LIMBAH TERNAK MENJADI BIOGAS SERTA PENATAAN KANDANG UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS WARGA DAN KUALITAS LINGKUNGAN	282-287
Nurizka Fidali, Hanantyo Sri Nugroho	
PEYULUHAN DAN PENETAPAN DALAM UPAYA PENCEGAHAN PENCEGAHAN COVID-19 DI DUSUN SAMPANGAN	288-293
Pramudhita Ferdiansyah, Bagus Ramadhan	
PENINGKATAN KUALITAS FISIK AREA DESA WISATA MELALUI PENATAAN TATA GUNA LAHAN DESA WISATA JONGGRANGAN	294-299
Prasetyo Febriarto, Agustina Rahmawati	
IMPLEMENTASI TEKNOLOGI BUDIDAYA URBAN FARMING DENGAN SISTEM AQUAPONIC SKALA RUMAHAN UNTUK PENINGKATAN KUALITAS LINGKUNGAN PERKOTAAN DAN MENDUKUN KETAHANAN PANGAN MASYARAKAT DI MASA	300-305
RR. Sophia Ratna Haryati	
PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA BINAR BATIK	306-311
Rakhma Shafrida Kurnia	
PEMETAAN PARTISIPATIF RUMAH WARGA KAMPUNG GOWONGAN UNTUK MEMPERMUDAH DISTRIBUSI BANTUAN KEPADA WARGA TERDAMPAK PANDEMI COVID-19	312-317
Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	
PENGUATAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM PENGARUSUTAMAAN GENDER DI LINGKUNGAN HIMPUNAN MAHASISWA ISLAM	318-323
Rezki Satris, Wahid Miftahul Ashari	
URGensi TOILET RAMAH DIFABEL PADA RUMAH TINGGAL PENYANDANG DISABILITAS	324-329
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
PENINGKATAN KETAHANAN EKONOMI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK KULINER SAMUDRA JAYA	330-335
Rivga Agusta	
PENGURANGAN KERENTANAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN COVID-19 MELALUI PENYUSUNAN RENCANA AKSI PENATAAN SISTEM SIRKULASI KAWASAN PERUMAHAN DENGAN PEMBATASAN SOSIAL SKALA LOKAL	336-341
Rivi Neritarani	
PENGOLAHAN NILAI RAPOR SISWA PADA GURU DI MASA PANDEMI COVID-19 DAN PENGOPERASIAN MINI LCD PROYEKTOR DI SDIT IBNU 'ABBAS X SENTOLO KULON PROGO	342-347
Rumini	
PENGEMBANGAN STRATEGI PEMENUHAN KONSUMSI MANDIRI SELAMA MASA PANDEMI PADA KOMUNITAS URBAN FARMING	348-353
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	

MENINGKATKAN KETERAMPILAN WARGA TERDAMPAK COVID 19 DENGAN PELATIHAN DESAIN GRAFIS DAN DIGITAL MARKETING PADA PADUKUHAN MANTUP RT 8	354-359
Septi Kurniawati Nurhadi	
PEMBERDAYAAN PROGRAM LITERASI MEDIA KUAT LAWAN CORONA MENUJU NEW NORMAL ACTIVITY DI LINGKUNGAN DAWIS KUNYIT PERUMAHAN KORPRI - SEMARANG	360-365
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
PENGEMBANGAN WEBSITE SEBAGAI SARANA INFORMASI BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN	366-371
Sri Mulyatun, Joko Dwi Santoso	
PEMANFAATAN KOMIK SEBAGAI MEDIA INFORMASI ALTERNATIF TENTANG COVID 19 DI DESA DRONO KLATEN	372-377
Stara Asrita, Eli Pujastuti	
OPTIMALISASI PENGELOLAAN KEUANGAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI	378-383
Supriatin, Cahya Wahyu Sanditama	
BIMBINGAN MANAJEMEN USAHA BAGI ENTREPRENEUR START UP	384-389
Tanti Prita Hapsari	
PENINGKATAN KOMPETENSI TENTOR LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR G-SMART DENGAN MEMANFAATKAN E-LEARNING	390-395
Theopilus Bayu Sasongko	
PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS ANGGOTA KARANG TARUNA BHAKTI PERTIWI	396-401
Toto Indriyatmoko	
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SERTA PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH SELAMA PROSES WORK FROM HOME PADA SMK NEGERI 1 TEMANGGUNG	402-407
Uyock Anggoro Saputro	
UPAYA PENGURANGAN SAMPAH ORGANIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN ALAT BIOPORI JUMBO	408-413
Vidyana Arsanti, Subektiningsih	
PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR RT-RW NET DALAM Mendukung PEMBELAJARAN DARING PADA MASYARAKAT TEGALSARI	414-419
Wahid Miftahul Ashari, Rezki Satris	
PENINGKATAN KEMAMPUAN ANALISIS SPASIAL BERBASIS SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS UNTUK PENGAJAR GEOGRAFI SEKOLAH MENENGAH ATAS	420-425
Widiyana Riasasi	
TEKNOLOGI CLOUD UNTUK PENINGKATAN KUALITAS KBM SECARA DARING PADA SD MUHAMMADIYAH KADISOKA	426-431
Windha Mega PD, Bayu Setiaji	
PENINGKATAN PELAYANAN PEMBAYARAN PAUD TERPADU ALLIFA MENGGUNAKAN FASILITAS G-SUITE	432-437
Wiwi Widayani	
STRATEGI UPGRADING UMKM PECEL ERA COVID-19	438-443
Yusuf Amri Amrullah	
PELATIHAN PENULISAN KARYA ILMIAH DI MASA PANDEMI BAGI SISWA MTs SALAFIYAH 2 GRESIK	444-449
Zahrotus Sa'idah, Azizah Giani Rahmah	

PENERAPAN DIGITAL PARENTING MELALUI LITERASI MEDIA ONLINE UNTUK MEMBANTU KPM PKH DESA AMBARKETAWANG PADA KONDISI NEW NORMAL PASCA PANDEMI COVID-19 Andika Agus Slameto, Mulia Sulistiyono	450-455
PEMANFAATAN GOOGLE CLOUD SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI COVID-19 Muhammad Tofa Nurcholis, Mulia Sulistiyono	456-461
TEKNIK AIDA DAN COPYWRITING UNTUK MENINGKATKAN OMZET ERA PANDEMI COVID-19 Bahrun Ghozali, Yusuf Amri Amrullah	462-467
OPTIMALISASI DESAIN KONTEN INSTAGRAM MENGGUNAKAN TEMPLATE POWEPOINT UNTUK MEMBANGUN BRANDING USAHA RUMAHAN KUKULALA.DEPOK KAB. SLEMAN Dwi Rahayu	468-473
GERAKAN PRODUKTIF DAN HIDUP SEHAT SERTA PENCEGAHAN LANJUTAN PASCA PANDEMI COVID-19 Kusnawi	474-479
PEMANFAATAN MEDIA RUANG SIAR GURU SEBAGAI PLATFORM GURU UNTUK MENYAMPAIKAN KEGIATAN BELAJAR MELALUI MEDIA ONLINE Nurfian Yudhistira	480-485
MODERNISASI PRODUKSI PERTANIAN DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI Citra Desy Aisyah Alkis	486-491
PENINGKATKAN MINAT BELAJAR ANAK DI RUMAH SELAMA PANDEMI COVID-19 DENGAN APLIKASI VEKTOR PADA PAUD SOKAPALUPI MINOMARTANI YOGYAKARTA Mei Parwanto Kurniawan	492-497
PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA SPS ASPARAGUS II CONDONG CATUR KABUPATEN SLEMAN Ikamah	498-503
APLIKASI PENCATATAN TAHFIDZ PADA PONDOK PESANTREN TARUNA ALQURAN PUTERA Atik Nurmasani, Alfonso Aryando Sabilillah, Naris Sefri Syaifuddin	504-509
MEMBANGKITKAN BISNIS KULINER TERDAMPAK COVID-19 MELALUI MULTIMEDIA Alfie Nur Rahmi, Moch Farid Fauzi	510-515
PEMANFAATAN ALIRAN SUNGAI UNTUK PLTA MINI SEBAGAI ALAT PERAGA BELAJAR SISWA SAAT PENDEMI COVID-19 DI DUKUH SENTONO Ika Nur Fajri	516-519
PEMANFAATAN SMS GATEWAY UNTUK AKTIVITAS REMINDER JADWAL DAN SOSIALISASI PROLANIS DI PUSKESMAS BERBAH Hendra Kurniawan	520-525
PELATIHAN KEMAMPUAN DASAR FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA DOKUMENTASI DAN PUBLIKASI BAGI BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM (BAWASLU) KABUPATEN SLEMAN Dhimas Adi Satria	526-531

PEMANFAATAN MICROSOFT POWERPOINT SEBAGAI SOLUSI STRATEGI VISUAL DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DI MASA PANDEMI

Alvian Alrasid Ajibulloh¹⁾

¹⁾Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : alviana@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

Wabah *Coronavirus Diseases 2019 (Covid-19)* telah membuat Indonesia kerepotan, mengharuskan Pemerintah Indonesia memberlakukan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan penerapan *social distancing* dan juga *work from home*. Akibatnya, banyak perubahan perilaku yang dilakukan oleh masyarakat terutama pada daya beli dan konsumsi. Ini memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan sektor UMKM. Menurut kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM. Kondisi seperti ini membuat beberapa intansi; LPM Universitas Amikom Yogyakarta, Talenta Muda Indonesia dan Smartfren Community, menginisiasi suatu kegiatan sosial yang bertujuan membantu pelaku UMKM melalui segi pengetahuan. Kegiatan ini dilakukan dengan metode daring, melalui media platform Zoom meeting dan disiarkan secara langsung melalui Youtube channel milik Smartfren community. Kegiatan ini dibuka untuk umum terkhusus untuk para pelaku UMKM. Peserta tidak hanya mendapatkan materi tapi juga mendapatkan template desain konten promosi, yang mana template ini bisa diubah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan UMKM. Tujuan pelatihan ini ingin memberikan insight atau wawasan baru bagi para pelaku UMKM, yang mana kegiatan ini bisa menjadi satu inspirasi untuk bisa survive and struggle disituasi pandemi ini.

Kata kunci: Pemasaran, Digital, Desain Visual, Powerpoint

1. PENDAHULUAN

Di tahun 2020, Indonesia menghadapi Wabah *Coronavirus Diseases 2019 (Covid-19)*. Indonesia sudah dibuat kerepotan olehnya, berbagai sektor kehidupan manusia terkena dampaknya. Tentu fakta tersebut membuat resah masyarakat, sehingga mengharuskan Pemerintah Indonesia memberlakukan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan penerapan *pyshical or social distancing* dan juga *work from home* (Hadi, S., 2020). Himbauan tersebut pada prinsipnya sangat efektif mencegah penularan *Coronavirus*. Namun bagi beberapa orang dianggap “mimpi buruk”, terutama bagi para pelaku usaha UMKM. Ketidakpastian kerja menjadi sumber kekhawatiran terbesar bagi pekerja selain takut tertular atau menularkan Covid-19 (Siswanto, 2020).

Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi

perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2020). Menurut data Rilis Badan Pusat Statistik (BPS) tentang pertumbuhan ekonomi triwulan II-2020, terjadi penurunan ekonomi nasional menjadi -5,32% (Badan Pusat Statistik, 2020). Dan menurut Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki berdasarkan hasil survei yang dilakukan sejumlah lembaga dan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), wabah COVID-19 memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan UMKM. Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah terdampak pandemi virus *Corona*, (Rani Ummi Fadila, 2020).

Untuk beradaptasi disituasi sulit ini implementasi strategi pemasaran yang tepat, memiliki pengetahuan yang baik dan *absorptive capacity*

dapat menciptakan eksistensi bisnis usaha yang produktif dan meningkat kinerja bisnisnya (Fitriyani, 2020). Pelaku UMKM dan koperasi juga bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), mengingat menurut data bahwa perdagangan elektronik di tahun 2020 mencapai US\$ 130 miliar (Rani Umami Fadila, 2020). Data ini memberikan angin segar bagi pelaku UMKM, mereka bisa mengoptimalkan kegiatan pemasarannya melalui *online* dan *digital branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya, seperti melalui *website* yang dijadikan *e-commerce*, *social media*, *search engine*, penjualan melalui *marketplace*, dan membentuk tim *reseller* untuk menjual produknya. Penggunaan media digital memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar (Slamet, Nainggolan, & Ramdani, 2016) dan menjadi media penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan seperti pada masa COVID-19 yang interaksi dengan pelanggan menjadi terbatas.

Akan tetapi, dari peluang ini terdapat 2 (dua) permasalahan baru, yaitu (i) tidak semua pelaku UMKM paham akan transisi dan peluang ini, terutama cara membuat konten promosi digital yang menarik dan mudah. (ii) Sebagian dari mereka juga masih berpikir bahwa proses ini membutuhkan biaya yang cukup lumayan. Sehingga membuat mereka bimbang untuk memutuskan, karena disisi mereka harus *saving money* agar ketika nanti semuanya kembali normal mereka bisa melanjutkan usahanya kembali, dan di sisi lain mereka juga harus bertahan dan berjuang agar usahanya tetap terus berjalan.

Situasi seperti ini membuat beberapa instansi terketuk hatinya. Seperti yang dilakukan oleh LPM Universitas Amikom Yogyakarta, Talenta Muda Indonesia dan *Smartfren Community*, ketiga instansi ini menginisiasi suatu kegiatan sosial atau pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan membantu pelaku UMKM melalui segi pengetahuan. Pelatihan ini menitik beratkan pada bagaimana memanfaatkan *Microsoft Powerpoint* untuk membuat konten promosi yang menarik sebagai solusi strategi *digital marketing*. *Microsoft Powerpoint* adalah program aplikasi presentasi yang populer dan paling banyak digunakan saat ini untuk berbagai kepentingan presentasi baik pembelajaran, presentasi produk, meeting, seminar, likakarya dan sebagainya (Rudi., Cepi., 2009).

Tujuan pelatihan ini ingin memberikan *insight* atau wawasan baru bagi para pelaku UMKM, yang mana kegiatan ini bisa menjadi satu inspirasi untuk bisa *survive and struggle* disituasi pandemi ini.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini diadakan pada hari Kamis, tanggal 06 Agustus 2020, secara daring dengan menggunakan platform Zoom meeting dan disiarkan secara langsung melalui Youtube channel milik Smartfren community. Kegiatan ini dibuka untuk umum terkhusus untuk para pelaku UMKM. Peserta tidak hanya mendapatkan materi pelatihan tapi juga mendapatkan template desain konten promosi secara gratis, yang mana template ini bisa diubah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan UMKM.

Kegiatan ini memaparkan dua materi penting; (i) Materi pembuka yang menjelaskan tentang strategi pemasaran dan perubahan perilaku konsumen di masa pandemi. (ii) Materi inti yang mengajarkan bagaimana cara mengoperasikan Microsoft Powerpoint untuk keperluan membuat konten promosi dan apa saja tahapan-tahapannya.

Prosedur kegiatan program pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahapan:

1) Studi Pendahuluan.

Pada tahapan studi pendahuluan akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut: (a) Analisa persoalan pada situasi saat ini, apa yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM pada sisi pengetahuan atau keilmuan. (b) Melakukan penyusunan rencana kerja dan instrumen pelaksanaan program. (c) Penetapan tim pelaksana dan uraian kerjanya sesuai kepakaran yang dimiliki.

2) Pelaksanaan.

Pada tahapan pelaksanaan, akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut: (a) Promosi mengenai kegiatan dan pembukaan pendaftaran. (b) Para peserta diberikan link zoom. (c) Pemaparan materi secara daring dengan menggunakan platform zoom meeting dan live streaming youtube channel. (d) Pembagian materi dalam bentuk softcopy dan materi free template konten promosi dengan cara mengirim via e-mail.

3) Evaluasi.

Pada tahap evaluasi, peserta diminta kesediaan untuk memberikan feedback melalui google form. Hasil pada tahapan evaluasi akan dijadikan dasar dalam menyusun laporan pelaksanaan program pengabdian.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini memiliki tema; “3 cara mudah membuat konten promosi dengan *powerpoint*”. Dihadiri oleh 65 Peserta pada saat *live zoom*.

Kegiatan ini juga disiarkan secara *live* di *Youtube channel Smartfren community* ; <https://www.youtube.com/watch?v=vXqQXAC3jbw&t=5301s>.



Gambar 1. Screenshot Live Streaming. (Sumber: Youtube channel Smartfren community)

Pada awal kegiatan pelatihan peserta diberikan materi pengantar tentang, kenapa *Microsoft Powerpoint* bisa dijadikan salah satu solusi strategi visual untuk UMKM pada masa pandemi. Yang dipaparkan oleh Alvian Alrasid Ajibulloh, S.IKom., M.I.Kom perwakilan dari LPM Universitas Amikom Yogyakarta yang juga berprofesi sebagai dosen ilmu komunikasi. Materi ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru kepada peserta, bahwa pada saat pandemi banyak perubahan perilaku yang dilakukan oleh konsumen, dampak dari penerapan aturan *physical or social distancing*.

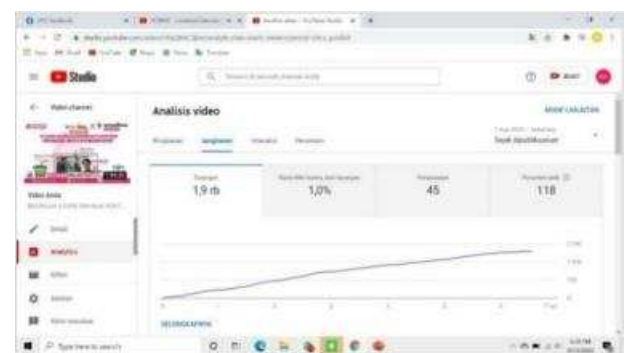
Materi ini juga menjelaskan bahwa dimana setiap hambatan, dipastikan ada peluang atau celah bagi manusia yang dikarunai akal pikiran dan budi pekerti. Teknologi menjadi sarana untuk beradaptasi. Situasi ini dapat digunakan untuk menyampaikan pesan berbasis teknologi digital apapun bentuknya yang akan menghubungkan setiap individu dengan antar individu ataupun dengan komunitasnya. Dalam teknologi, diperlukan salah satu elemen penting, yaitu desain. Beragam desain mampu sebagai media untuk menyampaikan informasi yang menjadi perantara solusi atas kondisi saat ini (Primasiwi, 2020).

Materi ini juga menjelaskan kenapa harus menggunakan *Microsoft Powerpoint*, dan apa kelebihan dibandingkan dengan *software* desain lainnya. Program *Microsoft Powerpoint* di dalam komputer dirancang khusus untuk menyampaikan presentasi, baik yang diselenggarakan oleh perusahaan, pemerintah, pendidikan, maupun perorangan, dengan berbagai fitur menu yang mampu menjadikan media ini menarik untuk digunakan sebagai alat presentasi, yaitu sebagai pengelolaan teks, warna, gambar, serta animasi-

animasi yang bisa diolah sendiri sesuai dengan kreatifitas penggunaannya (Maryatun, 2015). Dengan demikian untuk mengurangi dampak negatif pada sektor pelaku UMKM, mereka dituntut untuk mampu memahami perubahan-perubahan perilaku dan menemukan inovasi yang tepat dan cepat sesuai kebutuhan dengan tujuan agar strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM tercapai dan memastikan keberlanjutan usahanya di masa pandemi ini.

Setelah materi pengantar, materi selanjutnya yakni materi inti, peserta langsung belajar atau berlatih bagaimana cara membuat konten promosi yang menarik melalui media *Microsoft Powerpoint* dan apa saja tahapannya. Satu persatu dibahas secara interaktif oleh Bpk. Harlan Purwanto perwakilan dari *Smartfren Community* yang juga menjabat sebagai ketua pelaksana komunitas Smartfren se-Indonesia. Melalui pelatihan ini peserta mampu memahami cara kerja atau proses membuat konten promosi di *Microsoft Powerpoint*.

Setelah 7 hari video *Live streaming* di *Youtube* ditayangkan mulai dari 6 Agustus s/d 13 Agustus 2020, tim pengabdian masyarakat menganalisa video tersebut dengan menggunakan *Youtube analytics*. Dari sini kami menghasilkan beberapa hasil analisa yakni; Pertama, berdasarkan dari jangkauan selama 7 hari, video ini mengalami peningkatan mencapai 1,9 ribu tayangan.



Gambar 2. Screenshot Hasil Analisa Berdasarkan Jangkauan. (Sumber: Youtube analytics dari channel Smartfren community)

Kedua, berdasarkan penonton selama 7 hari, video ini mendapatkan 118 penonton unik. Ketiga, berdasarkan *subscriber*, selama 7 hari di awal video ini telah menyumbangkan 2 *subscriber* baru. Artinya kegiatan ini memiliki respon yang sangat positif.



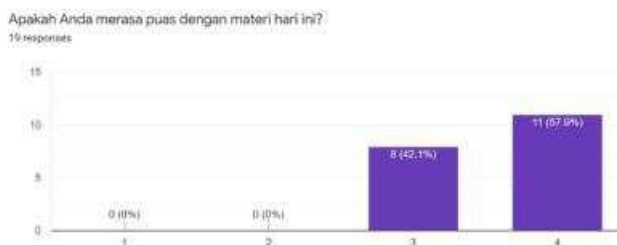
Gambar 3. Screenshot Hasil Analisa Berdasarkan Penonton dan Subscriber Baru. (Sumber: Youtube analytics dari channel Smartfren community)

Setelah kegiatan, para peserta juga diminta untuk memberikan *feedback* melalui *google form*, yang memberikan *feedback* hanya 19 peserta. Hasil dari tersebut dapat disimpulkan melalui gambar sebagai berikut. Dari pertanyaan pertama, apakah Anda ingin diadakan kegiatan *webinar* kembali dengan topik yang berbeda. 19 *responses* menjawab “iya” semua, (100%).



Gambar 4. Screenshot Hasil Analisa Questioner Feedback Pertanyaan 1. (Sumber: Google Form Kegiatan Pengabdian Masyarakat)

Dari pertanyaan kedua, apakah Anda merasa puas dengan materi hari ini. Dari 19 *responses* memberikan 11 peserta menjawab sangat puas (57,9%) dan 8 peserta menjawab puas (42,1%).



Gambar 5. Screenshot Hasil Analisa Questioner Feedback Pertanyaan 2. (Sumber: Google Form Kegiatan Pengabdian Masyarakat)

Dari pertanyaan ketiga, apakah template design grafis yang kami berikan, sangat bermanfaat bagi Anda. Dari 19 *responses* memberikan 12 peserta menjawab sangat bermanfaat (63,2%) dan 7 peserta menjawab bermanfaat (36,8%).



Gambar 6. Screenshot Hasil Analisa Questioner Feedback Pertanyaan 2. (Sumber: Google Form Kegiatan Pengabdian Masyarakat)

4. KESIMPULAN

Dalam membantu mengembangkan keberlanjutan UMKM pasca pandemi Covid-19, diperlukan optimisme pelaku usaha untuk bangkit, dan strategi yang matang, serta penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Dari kegiatan pengabdian masyarakat ini peserta mendapatkan wawasan baru dan mampu membuat desain konten promosi melalui Microsoft Powerpoint. Peserta juga merasa sangat terbantu, karena mendapatkan template gratis yang berisikan konten desain promosi, yang bisa digunakan sewaktu-waktu sesuai kebutuhan mereka.

Ucapan Terimakasih

Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat; LPM Universitas Amikom Yogyakarta, Smartfren Community dan Talenta Muda Indonesia, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

[1] Badan Pusat Statistik. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*. Retrieved from https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20200805114633.pdf

[2] Fitriyani, I. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.15797/concom.2019..23.009>

[3] Hadi, S., dan S. (2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus

- Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta. *Xi'an Jianshu Keji Daxue Xuebao/Journal of Xi'an University of Architecture & Technolog*, 12(4), 4068–4076.
<https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.37896%2FJXAT12.04%2F1149>
- [4] Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Press Conference; Langkah Penguatan Perlindungan Sosial Dan Stimulus Ekonomi Menghadapi Dampak Covid-19*. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/media/14790/materi-konferensi-pers-1-april-2020.pdf>
- [5] Rani Umami Fadila. (2020). 1.785 Koperasi dan 163.713 UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01379615/1785-koperasi-dan-163713-umkm-terdampak-pandemi-covid-19>
- [6] Rudi., Cipi. (2009). *Media Pembelajaran*. Bandung: CV Wacana Prima.
- [7] Siswanto. (2020). Krisis Covid-19, Pekerja Film Sampai Desainer Grafis Kehilangan Pendapatan. Retrieved from <https://akurat.co/news/id-1084384-read-krisis-covid19-pekerja-film-sampai-desainer-grafis-kehilangan-pendapatan>.
- [8] Slamet, R., Nainggolan, B., & Ramdani, H. (2016). *Development Strategy Of Digital Start Up To*. 136–147.

