



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 DISINFECTAN 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 Ikma	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

PELATIHAN KOMUNIKASI MARKETING DAN DIGITAL BRANDING DI TENGAH COVID-19 BAGI PELAKU USAHA DESA GENTAN

Angga Intuery Mahendra P, S.Sos., M.I.Kom.

Prodi SI Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email: angga_intuery@amikom.ac.id

Abstrak

Dunia saat ini sedang disibukkan dengan pandemic virus corona (COVID-19). Bencana wabah virus ini sangat terasa dampaknya di berbagai sektor bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang begitu singkat, pola hidup masyarakat dalam hal perilaku maupun sosial berubah drastis. Perubahan ini terjadi seiring dengan meningkatnya kewaspadaan dan kekhawatiran masyarakat akan tertularnya virus corona. Pandemi corona memukul banyak sektor bisnis di Indonesia. Beberapa sektor bisnis mengalami penurunan penjualan namun di sisi lain ada beberapa sektor bisnis yang juga mengalami kenaikan penjualan. Masyarakat dan para pelaku usaha perlu berfikir agar usaha tetap dapat berjalan ditengah sulitnya mencapai target akibat pandemi. Pola pemasaran saat ini berubah seiring dengan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan social distancing. Banyak Para pelaku usaha saat ini mengubah pola pemasarannya dengan mengoptimalkan pemanfaatan internet sebagai media pemasaran online dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target para konsumennya. Namun tidak semua pelaku usaha dapat beradaptasi dengan cepat atas perubahan pola ini. Dalam pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan transfer ilmu pengetahuan serta memberikan pelatihan komunikasi marketing dan digital branding yang diharapkan masyarakat pelaku usaha di Desa Gentan Sukoharjo mampu menerapkan pola baru ini sehingga usaha dapat tetap berjalan ditengah wabah virus corona (COVID-19). Target dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan para peserta kegiatan akan mampu menerapkan komunikasi pemasaran dan digital branding di masa pandemi COVID-19 melalui pengoptimalan media internet. Hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berjalan lancar dan peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik ditunjukkan dengan pemahaman peserta terhadap kegiatan ini.

Kata kunci: Komunikasi, Pemasaran, Digital Branding

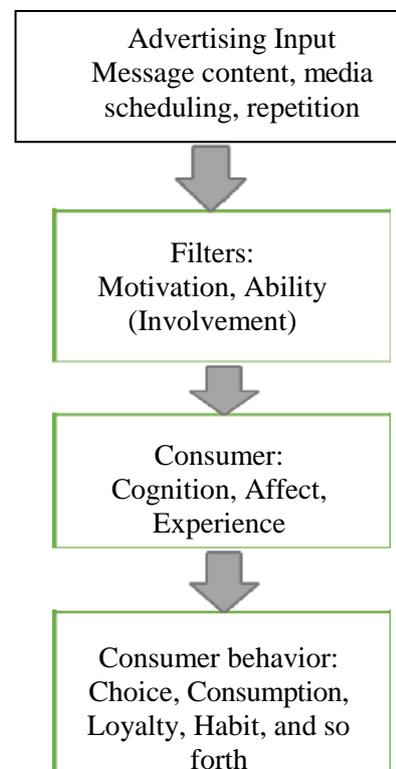
1. PENDAHULUAN

Dunia saat ini sedang disibukkan dengan pandemi virus corona (COVID-19). Bencana wabah virus ini sangat terasa dampaknya di berbagai sektor bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang begitu singkat, pola hidup masyarakat dalam hal perilaku maupun sosial berubah drastis. Perubahan ini terjadi seiring dengan meningkatnya kewaspadaan dan kekhawatiran masyarakat akan tertularnya virus corona. Pandemi corona memukul banyak sektor bisnis di Indonesia. Beberapa sektor bisnis mengalami penurunan penjualan namun di sisi lain ada beberapa sektor bisnis yang juga mengalami kenaikan penjualan. Sektor bisnis yang saat ini berdampak mengalami penurunan penjualan diantaranya bengkel, restoran, salon, spa, property, hotel, transportasi, penerbangan, mall, fashion, tour & travel, serta beberapa sector bisnis lainnya. Adapun sector usaha yang cukup diuntungkan

dengan adanya pandemic ini diantaranya sector kesehatan , bahan pokok makanan, dan penyedia jasa internet seperti apotek, provider internet dan telekomunikasi, industri perdagangan alat kesehatan, industri perdagangan sembako, e-commerce, dan lain sebagainya. Masyarakat dan para pelaku usaha perlu berfikir agar usaha tetap dapat berjalan ditengah sulitnya mencapai target akibat pandemi. Pola pemasaran saat ini berubah seiring dengan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan social distancing. Banyak Para pelaku usaha saat ini mengubah pola pemasarannya dengan mengoptimalkan pemanfaatan internet sebagai media pemasaran online dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target para konsumennya. Namun tidak semua pelaku usaha dapat beradaptasi dengan cepat atas perubahan pola ini.

Untuk dapat tetap bertahan di tengah pandemi ini, para pelaku usaha harus dapat mencari alternatif pemasaran. Mulai dari fokus beralih dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital melalui website e-commerce, social media, search engine, penjualan melalui marketplace, dan membuat tim reseller dalam menjual produknya. Komunikasi pemasaran perlu ditekankan pada bagaimana iklan produk yang dipasarkan dapat diterima oleh para konsumen. Pandemi virus corona ini merupakan ancaman sekaligus peluang bagi para pelaku bisnis. Pelaku bisnis yang dapat menciptakan alternatif dengan membentuk kerjasama reseller, dropship, atau lainnya dengan menjual produk secara massif kepada masyarakat. Komunikasi pemasaran memiliki peran yang sangat penting agar produk yang dijual dapat diterima oleh konsumen meskipun tentunya penurunan daya beli konsumen tetap tidak dapat dihindari akibat adanya pandemi ini. Komunikasi pemasaran melalui strategi pemasaran online dan digital branding dengan menyusun strategi branding dalam pemasaran produk di tengah wabah covid-19 saat ini sangat penting dilakukan agar pelaku usaha tetap dapat berjalan. Strategi yang dapat dilakukan diantaranya membuka layanan belanja dari rumah sekaligus pelayanan delivery untuk sektor bisnis ritel, begitu pula untuk sektor bisnis lainnya dapat mencoba strategi lain agar target tetap dapat tercapai sesuai yang diharapkan. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menciptakan kesadaran atau pengetahuan mengenai produk dengan berbagai atributnya, menginformasikan kelebihan produk, menciptakan citra produk, atau menciptakan sikap positif, preferensi, dan keinginan membeli produk bersangkutan. Kotler dan Armstrong (2008, hal 116) menyatakan bahwa Pemasaran modern membutuhkan lebih dari sekedar pengembangan produk yang baik, pemberian harga yang menarik, dan membuatnya tersedia bagi pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan lama dan calon pelanggan yang potensial, dan apa yang mereka komunikasikan harus ditindaklanjuti [1]. Borgerson dan Jonathan (2002) menyatakan komunikasi pemasaran bergantung pada representasi visual untuk menghasilkan gambar pada makna merk dan simulasi spektakuler yang menciptakan asosiasi dalam benak konsumen [2]. Sunday dan Bayode (2011) dalam jurnalnya menyatakan bahwa aplikasi yang tepat dari bauran promosi atau komunikasi pemasaran akan meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan organisasi dalam menghadapi persaingan yang kuat [3].

Pada kegiatan pengabdian masyarakat kesempatan ini, setelah dilakukan observasi ditemukan bahwa banyaknya pelaku usaha di wilayah desa gentan sukoharjo yang terdampak pandemi COVID-19 mengalami penurunan omset penjualan, bahkan berhenti melaksanakan aktifitas penjualan dikarenakan sepi pembeli diakibatkan menurunnya daya beli konsumen karena adanya pandemi, Kurangnya pemahaman para pedagang/pelaku usaha di wilayah Desa Gentan mengenai komunikasi pemasaran dan Digital Branding, dan Tidak adanya strategi alternatif dalam pemasaran melalui online dan kurangnya digital branding menyebabkan lesunya penjualan produk dan menurunnya omset penjualan. Oleh karenanya pengabdian telah menyiapkan beberapa program diantaranya penyuluhan terkait komunikasi pemasaran dimasa pandemi COVID-19, pelatihan pemasaran online produk dan digital branding di masa pandemi COVID-19, dan strategi meningkatkan penjualan melalui strategi branding dalam pemasaran produk di tengah wabah covid-19. Vakratsas memberikan gambaran bagaimana periklanan bekerja. Dimulai dari input periklanan, filter oleh konsumen, proses pada diri konsumen dan terakhir perilaku konsumen, seperti yang dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Kerja Bagi Studi Bagaimana Periklanan Bekerja
Sumber: Vakratsas, 1999

Kegiatan ini akan dilakukan di wilayah Desa Gentan Sukoharjo. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat secara efektif dan efisien memberikan manfaat terhadap para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produknya secara online dan memanfaatkan strategi digital branding di masa pandemi COVID-19. Kegiatan ini melibatkan warga masyarakat pelaku usaha di wilayah Desa Gentan Sukoharjo yang secara langsung terdampak dengan adanya wabah pandemi COVID-19.

Nama Mitra : Paguyuban Pedagang Gentan Sukoharjo

Alamat : Gentan, Sukoharjo

Ketua : Hamid Alfajri

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

No	Elemen	Solusi Yang Ditawarkan	Pelaksanaan Kegiatan
1	Paguyuban Pedagang Gentan	Memberikan penyuluhan dan sosialisasi terkait pola pemasaran produk di masa pandemi agar usaha dapat tetap bertahan	Bersama paguyuban pedagang gentan mengadakan diskusi, menganalisa permasalahan, kemudian memberikan penyuluhan dan penyampaian keilmuan dalam pemasaran produk di masa pandemi.
2	Pemahaman Komunikasi Pemasaran dan Digital Branding	Memberikan pelatihan terhadap pelaku usaha di Wilayah Gentan mengenai komunikasi pemasaran dan Digital Branding	Melaksanakan pelatihan dan membantu pedagang dalam metode pemasaran produk melalui online baik melalui website, ecommerce, marketplace,

			dan sebagainya.
3	Strategi Pemasaran Online dan Digital Branding dimasa Pandemi	Membantu menyusun strategi alternatif pemasaran produk secara online melalui komunikasi pemasaran yang dapat diterima oleh konsumen dimasa pandemi COVID-19 beserta strategi digital branding	Menyusun strategi pemasaran produk secara online melalui metode komunikasi pemasaran yang efektif dengan digital branding pada masa pandemi.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 3 hari yakni pada tanggal 23 september 2020 – 25 september 2020 di Rumah Bapak Hamid Al Fajri Adapun kegiatan yang dilaksanakan selama 3 (tiga) hari tersebut dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Nara-sumber	Hasil Kegiatan
1	Diskusi analisa permasalahan, memberikan penyuluhan, dan penyampaian keilmuan dalam pemasaran produk dimasa pandemi	23 September 2020	Angga Intuери Mahendra	Masyarakat memahami teknik pemasaran produk di masa pandemi
2	Pelatihan pemasaran	24 Septemb	Angga Intuери	Masyarakat dapat

	produk melalui online di website marketplace dan sosial media	er 2020	Mahendra	memasarkan produknya melalui online di marketplace dan sosial media.
3	Penyusunan Strategi Pemasaran produk secara online melalui metode komunikasi pemasaran yang efektif dengan digital branding	25 September 2020	Angga Intuiri Mahendra	Masyarakat dapat menyusun strategi pemasaran produk secara online melalui metode komunikasi pemasaran efektif dengan digital branding di masa pandemi.

dilaksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemahaman masyarakat Desa Gentan terhadap pentingnya memahami teknik pemasaran produk di masa pandemi tersampaikan dengan baik sehingga masyarakat mampu memahami apa yang sudah disampaikan dalam pelatihan.
2. Motivasi dan kemampuan masyarakat meningkat peserta dalam memasarkan produknya melalui online di marketplace dan sosial media diantaranya olx, tokopedia, bukalapak, instagram dan facebook.
3. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, masyarakat dapat menyusun strategi pemasaran produk secara online melalui metode komunikasi pemasaran efektif dengan digital branding di masa pandemi.

Dari kegiatan pengabdian masyarakat mengenai Pelatihan Komunikasi Marketing dan Digital Branding di Tengah Covid 19 Bagi Masyarakat Desa Gentan, masyarakat Desa Gentan menjadi lebih memahami atas pentingnya meningkatkan penjualan melalui strategi komunikasi pemasaran dan digital branding, sehingga diharapkan pada kemudian hari masyarakat akan mampu secara mandiri meningkatkan penjualan melalui strategi komunikasi pemasaran dan digital branding dalam berbagai situasi dan kondisi agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.



Gambar Kegiatan Pelaksanaan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah

Kemudian dari kegiatan pengabdian masyarakat ini perlu adanya pelatihan berikutnya dengan jumlah peserta yang lebih banyak, sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini disarankan untuk dapat dilanjutkan dengan pelatihan teknik periklanan dan visual desain setelah para pelaku usaha memahami komunikasi pemasaran dan digital branding.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian masyarakat telah terlaksana dengan lancar tanpa suatu halangan apapun. Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bantuan pendanaan dalam kegiatan ini

Daftar Pustaka

- [1] Kotler, P. 2003. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran
- [2] Bogerson, Janet.L. and Jonathan. 2002. *Ethical Issues of global Marketing avoiding Bad Faith in Visual Representation. European Hournal of Marketing* Vol. 36 No. 5/6, pp. 570-594
- [3] Sunday, Adebisi. A and Babatunde Bayode. 2011. *Strategic influence of promotional mix on organisation sale turnover in the face of strong competitors. Business Intelligence Journal. July, 2011* Vol. 4 No. 2 pp.343-250 <http://www.dotrs.gov.au/media/pirelli/archive/2003/apr_03/al6_2003.htm>.

